



Campagna Commerciale Conto Bancoposta



1

Roma 06 Aprile 2006

DR – Commerciale Retail | **Posteitaliane**



Kit 1

- da Commerciale Retail a Country Manager, Direttori di Filiale e Responsabili Commerciali Retail
- da CM e RCR a Consulenti commerciali Transazionali



Premessa

- A conclusione del I° trimestre 2006, si registrano criticità nello sviluppo e gestione del portafoglio dei clienti correntisti:
 - un limitato numero di apertura di nuovi rapporti
 - una significativa crescita del numero dei conti chiusi e delle posizioni a forte rischio abbandono (conti in rosso).
- Si riscontra, inoltre, un forte contenimento dei depositi su Conto che sconta anche una sofferenza dovuta alla chiusura del 2005, particolarmente focalizzata sul risparmio postale.
Da evidenziare anche la tendenza all'impiego dei depositi presenti su conto per la sottoscrizione di prodotti di investimento.
- Tra le altre cause il basso tasso di remunerazione per la Clientela (0,50%) e l'aumento delle spese tenuta conto che hanno inciso sui conti con basso numero di operazioni per anno.



Obiettivi della campagna



- **Acquisire nuovi Clienti**, con l'apertura di nuovi Conti BP completi di servizi connessi, in grado di garantire una continua movimentazione del conto ed un adeguato livello di giacenza.
- **Ridurre il tasso di abbandono** della Clientela, focalizzandosi su un'attenta azione di sostegno sui correntisti a rischio.
- **Contenere il numero dei correntisti in rosso**, riattivandone il rapporto.
- **Accrescere la giacenza** su conto, facendo leva sull'attivazione di servizi connessi e sulla gestione dei Clienti con depositi prossimi allo zero
- **Sensibilizzare** il DUP alla gestione del proprio portafoglio Clienti, con la finalità di svilupparne il livello di fidelizzazione.



Figure coinvolte

Le figure professionali coinvolte nella campagna Conto Bancoposta Retail sono:

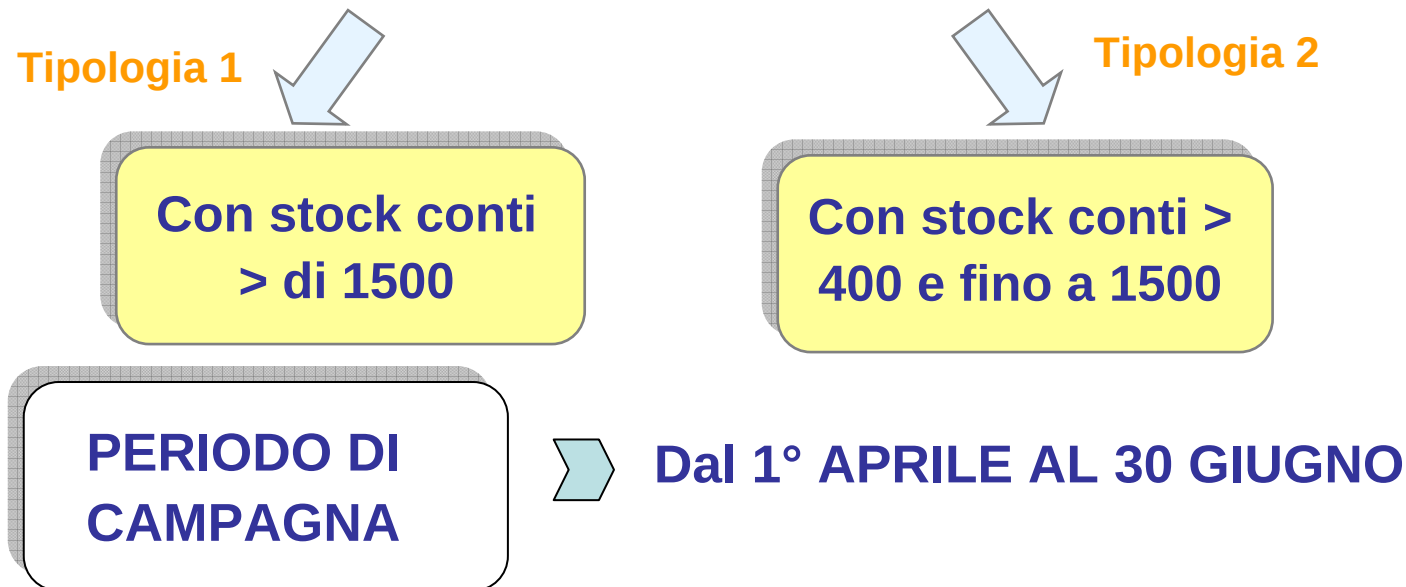


*Sono coinvolti tutti gli ACZ che hanno nella loro zona uffici con un livello di stock conti coerente con quanto previsto nella slide precedente.



Uffici coinvolti

Gli uffici coinvolti nella campagna Conto Bancoposta Retail sono circa **3550 UP** e sono divisi in due tipologie:



Ad ogni up verranno assegnati degli obiettivi sui seguenti aspetti:

- N° Conti Aperti (aprile-giugno 2006)
- N° Conti Chiusi (aprile-giugno 2006)
- N° Conti in rosso (gennaio-giugno 2006)
- Giacenza media (gennaio-giugno 2006)



Meccanismo di funzionamento per i DUP

Se l'ufficio Tipologia 1 (Con stock conti > di 1500) raggiunge contestualmente l'obiettivo assegnato di conti aperti, conti chiusi, conti in rosso e il 95% dell'obiettivo di giacenza media di periodo allora al DUP verrà assegnato un premio di:



600€

Se l'ufficio Tipologia 2 (Con stock conti > 400 e fino a 1500) raggiunge contestualmente l'obiettivo assegnato di conti aperti, conti chiusi, conti in rosso e il 95% dell'obiettivo di giacenza media di periodo allora al DUP verrà assegnato un premio di:



400€



Esempio di premio

Esempio UP
con stock conti
> 1500

	Obiettivo campagna	Consuntivo campagna
Conti aperti (n°)	400	450
Conti chiusi (n°)	35	30
Conti in rosso (n°)	12	10
Giacenza media (mln €)	15	14,25

600€

95% obj
campagna

Esempio UP
con stock conti
> 400 e fino a
1500

	Obiettivo campagna	Consuntivo campagna
Conti aperti (n°)	230	250
Conti chiusi (n°)	20	18
Conti in rosso (n°)	10	8
Giacenza media (mln €)	10	9,5

400€

95% obj
campagna



Meccanismo di funzionamento per i DUP: Superbonus

Per gli uffici della tipologia 1 (UP con stock conti > 1500):

Se l'ufficio raggiunge il 100% dell'obiettivo di giacenza media di periodo su conti BP al 30 Giugno e se il valore di giacenza media al 31 Dicembre 2006 non sarà inferiore a quello consuntivato a Giugno allora al Dup verrà assegnato un **Super Bonus di 250€**

Esempio UP con stock conti > 1500

	Obiettivo campagna	Consuntivo campagna
Giacenza media (mln €)	15	15,1



Meccanismo di funzionamento per i DUP: Superbonus

Per gli uffici della tipologia 2 (UP con stock conti > 400 e fino a 1500):

Se l'ufficio raggiunge il 100% dell'obiettivo di giacenza media di periodo su conti BP al 30 Giugno e se il valore di giacenza media al 31 Dicembre 2006 non sarà inferiore a quello consuntivato a Giugno allora al Dup verrà assegnato un **Super Bonus di 150€**

Esempio UP con stock conti > 400 e fino a 1500

	Obiettivo campagna	Consuntivo campagna
Giacenza media (mln €)	10	10,1



Se l'ufficio postale consegue l'obiettivo **CONTI APERTI** e il 95% dell'obiettivo di **GIACENZA MEDIA** di periodo allora al Dup verrà assegnato il 60% del premio della categoria di appartenenza.

Esempio UP con
stock conti > 1500

Premio = 60% di 600



Esempio UP con
stock conti > 400 e
fino a 1500

Premio = 60% di 400



Meccanismo di funzionamento per ACZ

L'addetto commerciale di zona accederà al premio se la zona commerciale conseguirà contemporaneamente le seguenti condizioni:

- Raggiungimento del 90% dell'obiettivo complessivo di numero conti aperti – chiusi - in rosso, obiettivo determinato dalla somma degli obiettivi assegnati agli uffici in gara della propria zona.
- Raggiungimento del 90% degli obiettivi di giacenza media di periodo assegnati agli uffici in gara della propria zona

Il premio per l'ACZ sarà di



500 €

*Sono coinvolti tutti gli ACZ che hanno nella loro zona Uffici con un livello di stock conti coerente con quanto previsto nella slide precedente.

Solamente ai fini del premio degli ACZ che hanno nella loro zona un solo UP con un valore di stock conti coerente con una delle due tipologie precedentemente indicate, verrà considerato (al fine di avere una massa critica significativa) anche l'ufficio che, all'interno della zona, ha lo stock conti più alto.



Meccanismo di funzionamento per i consulenti commerciali transazionali

Il Consulente Commerciale accederà al premio se l'Area Country conseguirà contemporaneamente le seguenti condizioni:

- **Raggiungimento del 90% dell'obiettivo complessivo di numero conti aperti – chiusi - in rosso, obiettivo determinato dalla somma degli obiettivi assegnati agli uffici in gara della propria Area Country.**
- **Raggiungimento del 90% degli obiettivi di giacenza di periodo assegnati agli uffici in gara della propria Area Country**

Il premio per il consulente commerciale prodotti transazionali sarà di:



500 €



Processo di diffusione della campagna commerciale

