

Nuovi perimetri clientela business MP – MBPA

Informativa alle OO.SS.

Novembre 2015



Al fine di assicurare un più efficace presidio della clientela business attraverso modalità di servizio e approcci commerciali coerenti con gli specifici target del segmento si è resa necessaria una **revisione della segmentazione della clientela** (attraverso la definizione di criteri chiari e oggettivi) che ha comportato una **nuova ripartizione dei clienti tra Mercato Privati e Mercato Business e PA**. Tale riconfigurazione ha **riguardato** in particolare i clienti della **Pubblica Amministrazione Locale (PAL)** nonché la componente **Small/Large del segmento imprese** attualmente gestite in parte in MBPA e in parte in MP.

PRINCIPALI DRIVER DELLA MANOVRA

	Esigenze	Azioni
OMOGENIZZAZIONE PORTAFOGLIAZIONE IMPRESA	• Garantire corrispondenza piena tra “competenze distintive e strumenti commerciali” della forza vendita e i target di clientela • Omogeneizzare la dimensione dei portafogli sul territorio	Revisione dei criteri di Portafogliazione secondo le seguenti logiche: • revisione dei perimetri tra i canali di vendita • composizione dei portafogli con un adeguato mix di clienti
GESTIONE UNICA DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	• Assicurare un presidio commerciale coerente con l’evoluzione del modello di funzionamento della Pubblica Amministrazione (vedi ad esempio l’associazione dei comuni in in Unioni per acquistare tramite centrali di acquisto)	• Unificazione della PA e della PAL sotto un’unica filiera di governo in MBPA al fine di valorizzare al meglio le competenze verso il mondo della Pubblica Amministrazione

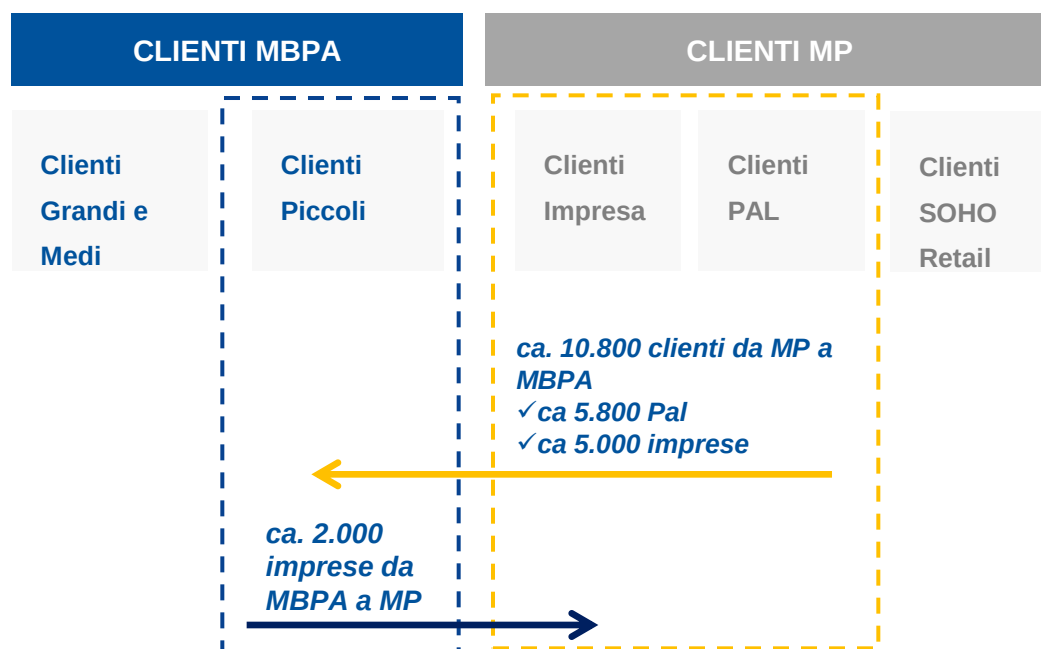


Perimetro della manovra: passaggio dei clienti

Con l'obiettivo di garantire una più chiara segmentazione della clientela sono stati individuati nuovi criteri che hanno portato a rivedere i perimetri di presidio della clientela business tra MP e MBPA.

CRITERI DI SEGMENTAZIONE CLIENTI BUSINESS

- Aziende con Fatturato > 10 Mln€ o dipendenti > 50 vengono **presidiate in MBPA**
- Aziende con Fatturato < 10 Mln€ o dipendenti < 50 vengono **presidiate in MP**
- L'intero segmento PAC/PAL (comprensivo delle articolazioni territoriali) e Società facenti parte di un Gruppo **vengono presidiate tutte in MBPA**



MBPA - Impatti della manovra: clienti e portafogli

I nuovi criteri di segmentazione porteranno nel 2016 ad un incremento del numero di portafogli gestiti in ambito MBPA

➤ Incremento e Distribuzione del delta dei clienti sulle AT MBPA

AT MBPA	Δ n aziende	Δ n comuni	Δ Totale clienti
LOMB/NORD OVEST	1.885	2.437	4.322
NORD EST	873	914	1.787
CENTRO NORD	1.269	483	1.752
CENTRO	554	710	1.264
SUD	443	1.272	1.715
Totale	5.024	5.816	10.840

2015

6.299
CLIENTI*



2016

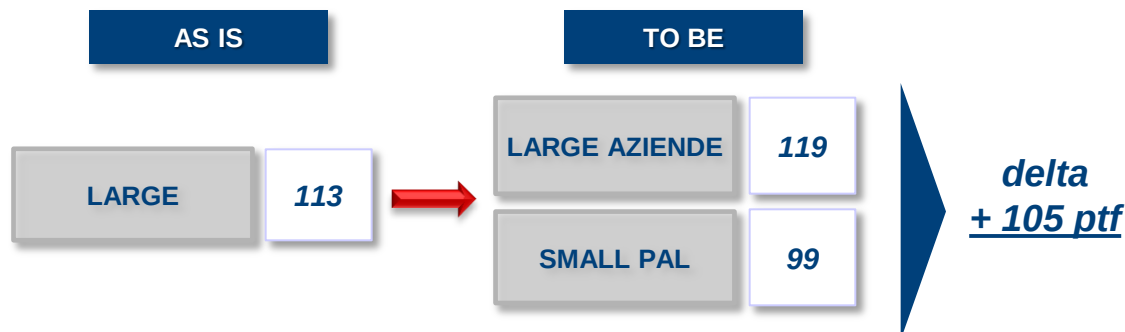
15,031
CLIENTI



IMPATTI NUOVA SEGMENTAZIONE:

- ✓ gli attuali portafogli large MBPA (contenenti sia quota parte di clienti Large PAL + Large imprese) saranno costituiti **esclusivamente da clientela Aziende** (considerando anche le imprese che transitano da MP)
- ✓ Saranno definiti **portafogli SMALL esclusivamente costituiti da clienti PAL** (provenienti da MP e quota parte dall'attuale di MBPA)

➤ Nuova segmentazione e incremento portafogli



MBPA/HRBP

* Per cliente si intende la Capogruppo.

Posteitaliane

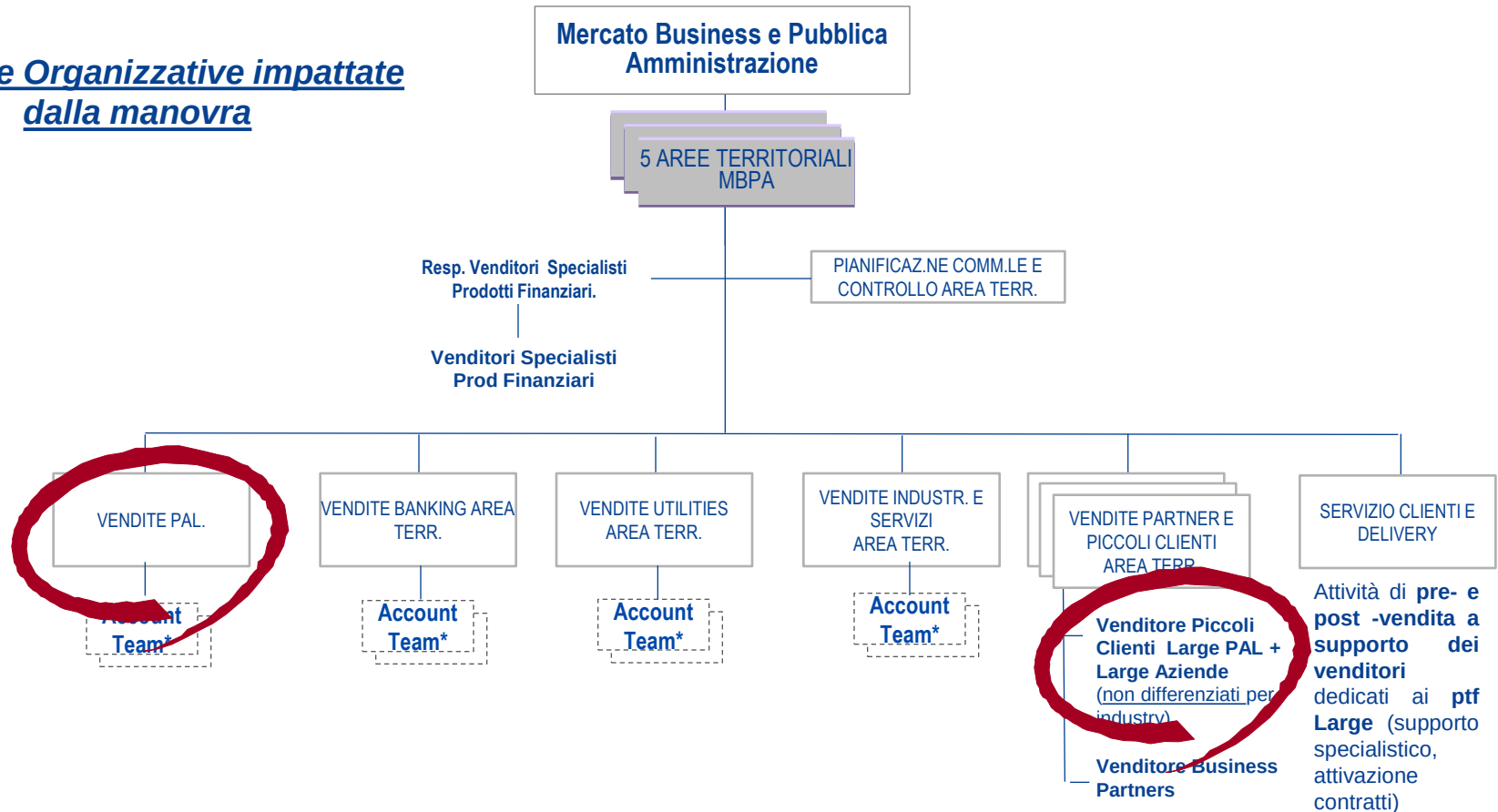
Al passaggio della clientela è associato un passaggio di risorse da MP a MBPA afferenti i segmenti individuati nella manovra.

Num risorse che transitano da MP a MBPA	Ruoli di destinazione MBPA	Liv. Inq. di destinazione
2	Responsabili Venditori PAL	A1
86	Venditori Small PAL	A2
32	Venditori Imprese Large	A1/A2
42	Supporto alla vendita (prevendita, postvendita e attivazione contratti)	A1/A2/B PREV A2/B POSTV
162		
17	Venditori Specialisti (di cui informativa del 26/102015)	A1/A2
179		



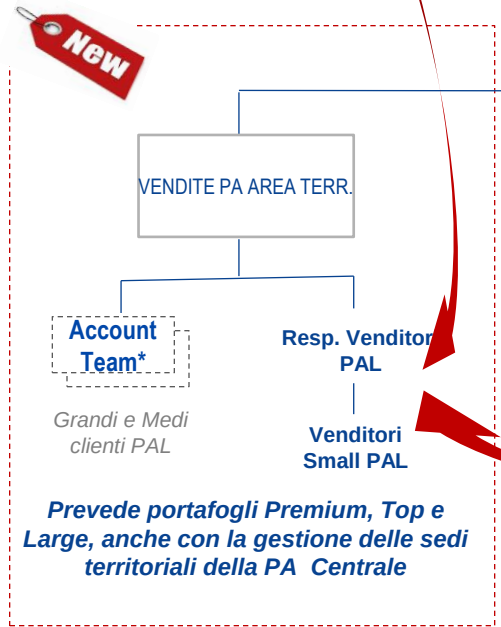
Le funzioni impattate direttamente dalla manovra sono quelle territoriali

Strutture Organizzative impattate dalla manovra





MERCATO PRIVATO



MP – passaggio risorse verso MBPA

AT	Regione	Venditore Imprese	Venditore PAL	Resp. Venditori PAL	Resp. Venditori Imprese	Ex DUPI (UPI trasformati retail)	Ex DUPI fuori posizione	Resp. Post Vendita	Spec. Post Vendita	Altre figure	Totale
CENTRO	Abruzzo	2	2				1				5
	Lazio		5			1	4				10
	Sardegna		4								4
CENTRO Totale		2	11	0	0	1	5	0	0	0	19
CENTRO 1	TOSCANA	1	4	1			2	1	9	1	19
	UMBRIA		1								1
CENTRO 1 Totale		1	5	1	0	0	2	1	9	1	20
CENTRO NORD	EMILIA ROMAGNA	2	5	1		1				1	10
	MARCHE	1	3								4
CENTRO NORD Totale		3	8	1	0	1	0	0	0	1	14
LOMBARDIA	LOMBARDIA	6	15	1		1	4		1	7	35
NORD EST	FRIULI	1	2		1		1				5
	TRENTINO	4	2		1	1					8
	VENETO	11	6	1		3					21
NORD EST Totale		16	10	1	2	4	1	0	0	0	34
NORD OVEST	LIGURIA	1	1		1						3
	PIEMONTE	6	11			3	1			6	27
NORD OVEST Totale		7	12	0	1	3	1	0	0	6	30
SICILIA	SICILIA		5								5
SUD	Calabria		5	1							6
	CAMPANIA		7							1	8
SUD Totale		0	12	1	0	0	0	0	0	1	14
SUD 1	BASILICATA		2								2
	MOLISE		1								1
	PUGLIA		4								4
SUD 1 Totale		0	7	0	0	0	0	0	0	0	7
Totale Territorio		35	85	5	3	10	13	1	10	16	178
Funzioni Centrali MP											1
Totale Confluenza											179



Impatti della manovra in MP

AT	Regione	Ex DUPI A1	Resp. Post Vendita	Resp. Venditori PAL	Tot. A1	Ex DUPI A2	Venditore PAL	Tot. A2	Tot. Da ricollocare
CENTRO	Abruzzo	0	0	0	0	0	3	3	3
	Lazio	6	1	0	7	1	1	2	9
	Sardegna	0	0	0	0	0	1	1	1
CENTRO Totale		6	1	0	7	1	5	6	13
CENTRO 1	TOSCANA	1	0	0	1	0	4	4	5
	UMBRIA	0	0	0	0	0	1	1	1
CENTRO 1 Totale		1	0	0	1	0	5	5	6
CENTRO NORD	EMILIA ROMAGNA	2	1	0	3	0	2	2	5
	MARCHE	0	0	0	0	0	2	2	2
CENTRO NORD Totale		2	1	0	3	0	4	4	7
LOMBARDIA	LOMBARDIA	2			2		1	1	3
NORD EST	FRIULI	0	0	0	0	0	0	0	0
	TRENTINO	0	0	0	0	0	0	0	0
	VENETO	0	0	0	0	0	0	0	0
NORD EST Totale		0	0	0	0	0	0	0	0
NORD OVEST	LIGURIA	1	0	0	1	0	3	3	4
	PIEMONTE	0	1	0	1	0	2	2	3
NORD OVEST Totale		1	1	0	2	0	5	5	7
SICILIA	SICILIA	1	1	1	3	1	3	4	7
SUD	Calabria	1	0	0	1	0	1	1	2
	CAMPANIA	3	1	0	4	1	1	2	6
SUD Totale		4	1	0	5	1	2	3	8
SUD 1	BASILICATA	0	0	0	0	0	1	1	1
	MOLISE	0	0	0	0	0	1	1	1
	PUGLIA	1	0	1	2	0	3	3	5
SUD 1 Totale		1	0	1	2	0	5	5	7
Totale Territorio		18	5	2	25	3	30	33	58

