



## INNOVAZIONE E RICERCA

*Corso e-learning “Applichiamo la nuova trasparenza nei rapporti con il cliente” (NIE00160)*

**“Ma come fai a collocare i prodotti, i clienti non ne vogliono sapere!”**

Il disegno animato del corso sulla trasparenza denuncia in tutta la sua gravità la difficoltà di relazionare, di fidelizzare e di coinvolgere la clientela nella conoscenza di come e in che cosa sta investendo il proprio denaro, i propri risparmi.

Il corso aziendale illustra come vendere i nostri prodotti finanziari.

Considerando la questione con un'altra prospettiva ci dobbiamo porre le domande:

- come sono i prodotti che vendiamo?
- hanno le caratteristiche che i nostri clienti chiedono in questo momento di congiuntura finanziaria altamente instabile?
- i prodotti presentano quelle caratteristiche di trasparenza e comprensibilità richiesti dalla normativa, dalla normale esperienza in materia finanziaria di un operatore del settore o, soprattutto, dalle capacità di un normale investitore che si presenta allo sportello?

Per competere nel mercato il prodotto deve essere appunto competitivo ma, soprattutto nel settore finanziario, comprensibile nella sua struttura, trasparente nelle sue finalità e nella sua rischiosità. Conseguenze naturali derivate dalla finanza speculativa-creativa che ha così fortemente colpito i risparmi della popolazione.

L'Azienda forse non si rende conto che la tenuta nel mercato è possibile solo con un'offerta che soddisfi le esigenze del cliente. Nel mentre le colleghe ed i colleghi si dannano nel quotidiano per tenere la clientela con l'aumento delle cose da fare derivante da procedure e normative sempre più complicate e, come se non bastasse, sono incalzati sul raggiungimento del budget.

E allora ci si chiede:

**Quanto** questa Banca investe nella ricerca, nell'innovazione e nell'etica dei prodotti finanziari?

**Perché** questa Banca, per contrastare le conseguenze derivanti dall'avanzata della crisi finanziaria che colpisce ormai tutti i settori, non investe per creare un'appel forte verso la fiducia dei risparmiatori?

**Perché** questa Banca punta principalmente al taglio dei costi?

***Il contenimento dei costi, tra i primi quello per il personale, è l'unico dato economico certo e trova già in parte applicazione:***

- deroga alle assunzioni obbligatorie delle categorie protette (legge 68/99);
- deroga al contratto nazionale per i nuovi assunti nelle cosiddette “aree disagiate”.

**Non dimentichiamo che questa Banca, in seguito alla diminuzione dei ricavi, sta ulteriormente rinviando il piano industriale.**

Ci aspettiamo una inversione di tendenza con scelte coraggiose di investimento nell'innovazione e nella valorizzazione del “capitale umano”.

La Segreteria di Coordinamento