



By: [Pulicciano](#) - All Rights Reserved

Riportiamo i chiarimenti intervenuti nell'ultima riunione della Commissione Sviluppo Sostenibile e Politiche Commerciali in merito alle discusse modalità di rilevazione della soddisfazione della clientela delle filiali.

Il responsabile della funzione Qualità ci ha comunicato che il valore del tri*m index della rete commerciale è cresciuto negli ultimi anni in maniera costante fino a raggiungere livelli di eccellenza, posizionandosi ai vertici della categoria (soltanto una tra le banche concorrenti ha un punteggio leggermente superiore al nostro).

Stando alle dichiarazioni aziendali le risultanze di ogni filiale esaminata non sarebbero più nelle disponibilità dei rispettivi capi Area - che riceveranno solo le schede dei giudizi senza l'indicazione delle filiali - ma solo dei capi Divisione e del responsabile della qualità; pertanto se qualche capo Area, come avvenuto in alcune occasioni in passato, richiamerà i titolari di filiale per presunti giudizi negativi sulla customer satisfaction vi chiediamo di darcene comunicazione per segnalare a chi di competenza la "fuga di notizie".

Da circa due anni, oltre alle interviste telefoniche, vengono effettuati anche sondaggi all'esterno delle agenzie (tipo *exit polls*) in cui sono richieste informazioni alla clientela rispetto alla qualità del servizio erogato. Questi sondaggi mettono in evidenza che **il punto di forza** delle nostre agenzie sono **la gentilezza e la cortesia dei colleghi**, dato ancora più apprezzabile e al limite dell'incredibile, se consideriamo le **gravi difficoltà che vive quotidianamente la rete**.

Abbiamo fortemente sottolineato che molti dei fattori presi in considerazione per la determinazione del tri*m index (es. tempi di attesa, facilità di contatto telefonico, ecc.) risentono in maniera inequivocabile dell'entità dei carichi di lavoro, mettendo in evidenza una contraddizione di fondo: **è molto probabile che i dati peggiori in termini di soddisfazione della clientela vengano rilevati proprio in quelle filiali che soffrono maggiormente di problemi di organico: della serie "cornuti e mazziati"**.

A proposito di valutazione della soddisfazione della clientela, sarebbe per esempio opportuno non assegnare ad una filiale più linee telefoniche di quanti sono gli addetti mediamente presenti, per evitare che le attese conseguenti ad altre telefonate già in corso vengano interpretate come inerzia dei colleghi nel rispondere, oppure stanziare i fondi necessari perché le filiali vengano adeguatamente pulite e ben mantenute ...

In generale continuiamo a seguire con la massima attenzione ciò che concretamente accade in questo contesto, per scongiurare forzature e modalità improprie di controllo e valutazione delle prestazioni lavorative.

Verona, 21 Luglio 2014

Coordinamenti Gruppo Banco Popolare
DIRCREDITO - FABI - FIBA/CISL - FISAC/CGIL - SINFUB - UGL -UILCA

[2014.07.21 Chiarimenti sul Trim Index](#)



Banco Popolare: Chiarimenti sul Trim Index (mystery shopping)