



Commissione Politiche Commerciali e Organizzazione del Lavoro

Modena, 19 Maggio 2020

Riferimenti accordi sottoscritti

- Accordo Nazionale 08 febbraio 2017
- Accordo Gruppo BPER 02 agosto 2018
- CCNL 31 Marzo 2015, rinnovato il 19 dicembre 2019

Testi completi consultabili in BLink - Servizi per il personale – Lavorare in Azienda

Principali obiettivi degli accordi

- riaffermare la **centralità** del settore bancario;
- rafforzare la reputazione complessiva e la **fiducia** verso le imprese del settore;
- individuare principi e valori che risultino di **indirizzo e prevenzione** per il miglioramento costante della qualità dei rapporti fra banche, personale, clientela e del clima lavorativo;
- affermare la necessità di una organizzazione del **lavoro trasparente e sostenibile**;
- diffondere la **cultura delle regole** e della prevenzione di **comportamenti eventualmente non conformi**;
- orientare l'evoluzione delle imprese bancarie verso uno **sviluppo socialmente sostenibile** e compatibile.

Profili generali nella definizione delle politiche commerciali

- **tutela del risparmio** e diffusione **cultura finanziaria**;
- compatibilità con le **strategie** di medio e lungo periodo volte alla **fidelizzazione e sviluppo** della clientela;
- **peculiarità di mercato** in cui operano le diverse imprese e le relative aree di business;
- aspetti qualitativi relativi alla **soddisfazione** della clientela;
- rispetto della **dignità** delle lavoratrici e dei lavoratori e valorizzazione della loro **professionalità**;
- **coerenza** dell'organizzazione del lavoro con i principi declinati negli accordi.

Informazione e comunicazione

- **Favorire una diffusa cultura** sul tema delle politiche commerciali sostenibili attraverso informazione, formazione e comunicazione;
- sviluppare, tramite un'adeguata formazione, le **competenze necessarie** di natura gestionale, commerciale, manageriale, relazionale e tecnico/giuridica;
- diffondere la **conoscenza della normativa** sovranazionale, nazionale e contrattuale in materia, con istruzioni chiare ed esaurienti anche sui comportamenti da seguire nella relazione con la clientela;
- diffondere la conoscenza dei **principi generali di responsabilità sociale e di sostenibilità**, dei codici etici, nonché **divulgare i contenuti degli Accordi in materia**.

Formazione

- Per il personale impegnato **nella rete** in attività di vendita, **specificata attenzione** alla formazione ai fini di una corretta attività di valutazione, nel caso di prodotti finanziari, della «propensione al rischio» del cliente rispetto alle caratteristiche del prodotto;
- formazione continua, specialistica e specifica per **accrescere le competenze** e per accrescere la capacità competitiva delle banche;
- sviluppare una consapevole partecipazione di tutte le lavoratrici e lavoratori alla vita aziendale anche per favorire un positivo **clima aziendale di rispetto, fiducia e coesione**;
- sviluppare una **piena conoscenza degli strumenti** messi a disposizione dei lavoratori per il supporto dell'azione commerciale;
- sviluppo nell'**adozione di comportamenti positivi** attraverso l'analisi di «buone pratiche» coerenti con gli accordi.

Comunicazione interna

- Le comunicazioni aziendali siano improntate al **rispetto della normativa vigente**, senza messaggi fuorvianti o vessatori nei confronti delle lavoratrici e lavoratori e lesivi della loro dignità e professionalità.
- Le riunioni di **orientamento commerciale** siano effettuate **nel rispetto delle norme** sulla prestazione lavorativa, così come previsto dal CCNL anche in tema di orari di lavoro

Monitoraggio e analisi dati commerciali

- **Il monitoraggio** per la verifica degli andamenti commerciali sia attuato tramite modalità strutturate e proceduralizzate,
- la **rilevazione dei dati commerciali**, sia effettuata, di norma, attraverso l'utilizzo degli strumenti messi a disposizione dall'azienda, evitando gli abusi, l'eccessiva frequenza, le inutili ripetizioni e nel rispetto della dignità professionale dei lavoratori

La Comunicazione interna efficace

L'efficacia della comunicazione

In generale **la comunicazione è efficace se:**

- **rispetta la normativa vigente** senza messaggi che possano risultare fuorvianti o vessatori nei confronti delle lavoratrici e lavoratori o lesivi della loro dignità e professionalità;
- favorisce il dialogo e **la collaborazione** nei processi e nelle attività commerciali;
- rispetta la **privacy**, la **dignità** e i tempi della **persona**;
- **aggiunge valore** all'attività lavorativa.

L'approccio

Alcuni esempi di **come approcciare** la comunicazione:

- utilizzare un **linguaggio congruo** al contesto professionale: essere educati e rispettosi delle colleghe e colleghi;
- fare ricorso al **buon senso** e alla **cortesia**;
- **ammettere eventuali errori** e, se necessario, scusarsi;
- **assumere la responsabilità** dei contenuti trasmessi;
- calibrare **messaggi e contenuti** sulle singole realtà, rendendoli il più possibile **chiari e personalizzati**;
- esprimere **concetti semplici ed efficaci** evitando formule vaghe o inutilmente complesse.

Le attenzioni

Alcune **modalità non corrette di comunicazione** influenzano in modo negativo l'efficacia della stessa.

Alcuni esempi:

- abuso di **grassetti e sottolineature**;
- **pubblicazione** di opinioni (o materiali) di terzi **senza averne chiesto l'autorizzazione**;
- **critiche pubbliche** alle performance dei singoli o della squadra;
- utilizzo costante di **toni e metafore** legate alla guerra;
- **reiterazione dei messaggi** su diversi canali, a frequenza ravvicinata, con **toni perentori o intento vessatorio**.

BPER:

Banca

via San Carlo, 8/20 - Modena

Telefono 059 20.21.111

Fax 059 20.22.033

www.bper.it