

Verbale di Accordo
Il giorno 15 maggio 2024



tra

Poste Italiane S.p.A.



e

SLP-CISL, SLC-CGIL, UILposte, CONFSAL Comunicazioni, FAILP-CISAL e FNC UGL Comunicazioni



Premesso che

- Il mercato dei Servizi Finanziari, in particolare nel segmento della gestione patrimoniale (Wealth Management), è caratterizzato da una costante e sempre maggiore pressione competitiva finalizzata alla conquista di sempre maggiori quote di mercato, con i principali competitors che hanno adottato strategie caratterizzate da interventi di ottimizzazione della propria rete fisica con conseguente contrazione dei costi operativi;
- le analisi sulle esigenze dei consumatori evidenziano un cambiamento delle abitudini di acquisto, con una graduale ripresa, dopo un periodo di forte aumento della digitalizzazione e di conseguente diffusione di modalità di interazione a distanza/on line, degli acquisti in store fisici, soprattutto per i prodotti/servizi di particolare complessità; assume, quindi particolare rilevanza, per lo sviluppo di tutte le opportunità di business, valorizzare al meglio le possibili sinergie tra vendita on line e nei punti vendita fisici;
- la capacità di rispondere rapidamente alle sopradescritte riconfigurazioni dei mercati in ragione degli scenari macroeconomici ed alle diverse richieste della clientela, anche attraverso l'evoluzione e la ridefinizione dei modelli organizzativi e dei processi operativi, rappresenta un fattore fondamentale per lo sviluppo e la crescita delle aziende;
- all'interno di tale contesto Mercato Privati si pone l'obiettivo di:
 - confermare l'UP quale elemento distintivo nell'ambito dell'offerta multicanale capace di intercettare la domanda della clientela e costituire un punto di riferimento per la costruzione e il mantenimento di solide relazioni con i clienti attraverso l'efficace presidio dei livelli di servizio;
 - affinare il modello di servizio commerciale, sia attraverso la focalizzazione su segmenti di clientela strategica ed a maggior valore, rafforzando il presidio anche per cogliere a pieno il potenziale commerciale dei clienti, sia apprezzando le opportunità di business con i piccoli operatori economici attraverso la valorizzazione della sinergia con la forza vendita retail per far emergere e gestire i bisogni dei clienti prosumer con un approccio consulenziale a 360°;
 - costruire, con riferimento ai piccoli operatori economici, una proposizione di servizio distintiva ed integrata basata su valori di fiducia e vicinanza anche laddove i competitors hanno ridotto il livello di presidio della relazione col cliente;



50000



Selvitaprice

[Signature]

- migliorare la customer experience attraverso la rimodulazione dell'offerta e la diversificazione dei modelli di accoglienza in Ufficio Postale;
- nel corso degli incontri del 9 e del 23 aprile u.s. ed in data odierna l'Azienda ha illustrato alle Organizzazioni sindacali i progetti e le azioni da mettere in campo orientate al raggiungimento degli obiettivi sopra descritti e a rendere maggiormente coerente il modello organizzativo con l'esigenza di cogliere a pieno tutte le opportunità di business e aumentare il livello di gradimento della clientela rispetto ai prodotti/servizi offerti, nonché rispondere alle esigenze di valorizzare la progressiva acquisizione di competenze abilitanti l'attivazione di percorsi di sviluppo professionale all'interno della filiera commerciale di Mercato Privati.

[Signature]
[Signature]

Tutto ciò premesso si conviene quanto segue

Al fine di accompagnare l'evoluzione della funzione Mercato Privati in coerenza con gli obiettivi richiamati in premessa, l'Azienda darà corso, secondo le modalità di implementazione più avanti riportate, alle azioni che di seguito si descrivono.

[Signature]

Revisione Portafogliazione Retail e definizione del Canale Premium

Con particolare riferimento alla filiera commerciale di Mercato Privati, le Parti si danno atto dell'opportunità di procedere con ulteriori interventi finalizzati a massimizzare le potenzialità dell'attuale rete, valorizzando le specifiche opportunità derivanti dai diversi segmenti di clientela.

Al riguardo sono stati illustrati alle OO.SS. i razionali e le conseguenti azioni di sviluppo connesse alla ridefinizione dei portafogli retail (cfr. allegato), che si basa sulla specializzazione sui clienti a maggior valore e su un affinamento della relazione cliente-consulente.

Inoltre, l'Azienda ha presentato il progetto di evoluzione del canale di vendita Premium, descritto nel dettaglio e nelle numeriche nell'allegato al presente Accordo.

In particolare, saranno introdotte le figure del Coordinatore Premium in ambito di Macro Area e del Gestore Premium a livello di Filiale, i cui requisiti sono anch'essi descritti nel documento allegato al presente Verbale. La relativa distribuzione territoriale sarà successivamente comunicata alle OO.SS.

Gli attuali portafogli previsti per il canale Premium saranno rivisti inserendo anche clienti Private, pertanto, al Gestore Premium sarà attribuito un portafoglio di circa 180 clienti che verranno gestiti in sede e fuori sede. Il conseguimento dell'abilitazione alla vendita fuori sede, pertanto, costituisce requisito necessario e abilitante sia al ruolo di Gestore che di Coordinamento Premium.

Nell'ambito dell'incontro di verifica di cui all'ultimo capoverso della presente Intesa, le Parti analizzeranno le prime evidenze dei processi di acquisizione delle abilitazioni previste.

[Signature]
[Signature]
[Signature]
[Signature]

50040

[Signature]
[Signature]

[Signature] *[Signature]* *[Signature]* *[Signature]* *[Signature]*

Selva Stefania

[Signature]

In relazione agli interventi organizzativi sopradescritti, i fabbisogni incrementali emergenti saranno soddisfatti in primo luogo facendo riferimento al personale già assegnato alla funzione Mercato Privati con caratteristiche coerenti.

[Signature]

Sentire

L'Azienda, a far data dal mese di giugno 2024, avvierà una fase di azioni propedeutiche (analisi base clienti, patrimonio, potenziale, modalità di aggregazione, etc) che, nel tener conto dei contributi della filiera commerciale a livello territoriale e al fine di apprezzare le relative specificità, si pone l'obiettivo di definire puntualmente la composizione e la rimodulazione dei singoli portafogli a favore di clientela a maggiore potenziale, la relativa distribuzione, il modello di servizio in funzione della tipologia della clientela, gli impatti sui sistemi di incentivazione, l'analisi delle competenze e delle relative abilitazioni, nonché le modalità di presidio territoriale garantite dalle diverse figure professionali operanti nella filiera commerciale di Filiale, le cui risultanze verranno approfondite in un apposito incontro da svolgersi entro il mese di settembre p.v.

[Signature]

Punto Poste Casa e Famiglia

Nell'ambito del percorso di evoluzione dal transazionale al relazionale delle attività svolte in UP, Mercato Privati - a partire dal 2022 - ha introdotto il nuovo format "Punto Poste Casa e Famiglia", con l'obiettivo di potenziare i canali di accesso e vendita dei prodotti/servizi soprattutto con riferimento alle nuove offerte relative ai business innovativi (es. RCAuto, Energia, Fibra ecc). Contestualmente è stata istituita la figura dell'Operatore Front End.

[Signature]

In data odierna l'Azienda ha rappresentato alle Organizzazioni Sindacali l'esito positivo del Progetto PPCF anche con riferimento alle sperimentazioni avviate nel corso del 2023 e relative all'apertura dei conti correnti da parte degli OFE e all'attribuzione all'UP PPCF di portafogli Retail.

[Signature]

La rete dei Punto Poste Casa e Famiglia, pertanto, confermandosi l'UP quale punto di riferimento per la clientela, verrà ulteriormente potenziata a partire dal corrente mese di maggio 2024, secondo gli interventi, le numeriche e le modalità di ampliamento delle sperimentazioni sopradescritte riportate nell'allegato al presente verbale. Gli eventuali successivi interventi di potenziamento dei PPCF ed estensione dei servizi di apertura Conto Corrente e gestione dei Portafogli Retail saranno oggetto di specifico approfondimento con le Organizzazioni Sindacali.

[Signature]

Il fabbisogno di figure OFE conseguente al potenziamento della rete sarà soddisfatto valorizzando prioritariamente le risorse di Mercato Privati in possesso dei requisiti richiesti dal ruolo (ad es. titolo di studio), che manifestino la volontà in tal senso.

Eventuali ulteriori esigenze potranno essere soddisfatte attingendo da altri ambiti organizzativi aziendali ovvero attraverso inserimenti da mercato esterno

In relazione alle previsioni di cui al presente paragrafo, le Parti si incontreranno per un primo incontro di verifica nel mese di settembre p.v.

5/11/24

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]

Con riferimento agli Operatori Front End, le Parti ritengono opportuno valutare, in considerazione delle peculiarità che caratterizzano la figura professionale ed al fine di valorizzarne il contributo, il riconoscimento alle risorse interessate di una specifica indennità da erogare con riferimento al periodo di assegnazione sul ruolo.

Polis

Come convenuto con il verbale del 24 maggio 2023, l'Azienda ha rappresentato alle OO.SS. il complessivo avanzamento del progetto, sia con riferimento agli interventi pianificati e realizzati sia rispetto ai servizi offerti negli uffici postali coinvolti.

Nell'Allegato al presente Verbale viene descritto l'ulteriore piano di azioni da implementare nel corrente mese di maggio.

Al riguardo, le Parti, nel confermare che a livello territoriale verranno fornite specifiche informative alle OO.SS., ribadiscono l'opportunità del preventivo coinvolgimento dei RRLLS per gli uffici ove siano previsti interventi immobiliari di particolare rilevanza.

Facilitazione digitale

In attuazione delle misure previste dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, Poste Italiane contribuirà, in ragione della propria presenza capillare sul territorio, alla realizzazione di una rete dei servizi di "facilitazione digitale" con l'obiettivo di concorrere all'accrescimento delle competenze digitali e al superamento del digital divide. Al riguardo l'Azienda, una volta definito puntualmente il modello operativo, fornirà alle Organizzazioni Sindacali una specifica informativa sugli step di progetto, nell'ambito di un incontro dedicato; con riferimento alla sperimentazione che sarà avviata nella regione Campania nel mese di luglio 2024, sarà effettuato uno specifico approfondimento a livello territoriale.

Anche a fronte delle sollecitazioni delle OO.SS. l'Azienda valuterà la possibilità di avviare una ulteriore sperimentazione di modelli di articolazione oraria su 5 giorni settimanali; a tale riguardo le Parti convengono di incontrarsi entro il mese di settembre 2024 per approfondire le possibili soluzioni.

54440

In relazione al segmento dei Piccoli Operatori Economici ed in linea con gli obiettivi delineati in premessa di realizzazione di un modello di relazione che valorizzi le possibili sinergie con la forza vendita retail, è stato fornito alle Organizzazioni Sindacali un avanzamento sulla formazione erogata agli SCF su Conto Corrente Business Link (92% del target complessivo formato e 99%

Roberto Foscarelli

[Signature]

di UP con almeno 1 SCF formato); contestualmente l'Azienda ha comunicato l'avvio della formazione su full acquiring.

La complessiva evoluzione del modello di servizio del canale POE sarà approfondita in un apposito incontro che si terrà entro il mese di settembre 2024.

[Signature]

[Signature]

Con riferimento all'obiettivo di complessivo miglioramento della customer experience di cui in premessa ed in particolare nella logica di individuare modelli di accoglienza sempre più focalizzati sulle diverse esigenze del cliente, nella documentazione allegata al presente Verbale vengono descritti i principali ambiti di intervento, sia di carattere immobiliare e di ripensamento degli spazi (es. installazione postazioni ribassate, potenziamento delle sale e introduzione di nuove postazioni "privacy"), sia con riferimento alle strumentazioni del gestore attese, delle aree self e delle vetrine digitali.

[Signature]

Tali iniziative, laddove prevedano interventi significativi di carattere immobiliare, saranno accompagnate dai consueti sopralluoghi dei RRLLS.

[Signature]

Le Parti convengono che i progetti e le azioni di cui al presente Verbale debbano essere accompagnate da adeguate iniziative formative, volte a consolidare ed arricchire le competenze dei lavoratori operanti in Mercato Privati, per assicurare un ottimale presidio delle nuove attività richieste dallo sviluppo del business nonché a supportare le risorse nel percorso finalizzato al conseguimento delle abilitazioni previste.

[Signature]

Come di consueto, le iniziative in parola saranno oggetto di approfondimento nell'ambito dell'Ente Bilaterale per la Formazione e Riquilificazione Professionale.

[Signature]

Le Parti, infine, nella consapevolezza della rilevanza del ruolo delle risorse umane per l'ottimale realizzazione dei processi di riorganizzazione della Funzione e per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo del business, si impegnano ad incontrarsi entro la prima metà del mese di giugno 2024 per analizzare la tematica degli organici di Mercato Privati, con riferimento al dimensionamento del front end; sul punto l'Azienda presenterà alle Organizzazioni Sindacali una proposta finalizzata a garantire l'efficace presidio delle attività nonché l'ottimale distribuzione delle risorse anche attraverso l'attivazione delle opportune leve gestionali.

[Signature]

In tale occasione sarà altresì effettuato un approfondimento congiunto sul complessivo assetto della rete degli Uffici Postali.

[Signature]

5/11/2024

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]

A livello territoriale, entro il mese di settembre p.v. saranno effettuati incontri di approfondimento sulla realizzazione delle previsioni di cui al presente accordo.

Entro il mese di novembre le Parti si incontreranno a livello nazionale per effettuare una verifica complessiva sugli interventi previsti nella presente Intesa.

per Poste Italiane S.p.A.

Gerolamo Sotgiu

per le OO.SS.

SLP-CISL

SLC-CGIL

UILposte

CONFSAL-COM.N.

FAILP CISAL

FNC UGL Com.ni

[Handwritten signature]

Selvetto Francesco

[Handwritten signature]

MERCATO PRIVATI

[Handwritten signature]

ALLEGATO VERBALE DI ACCORDO 15 MAGGIO 2024

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

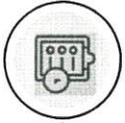
[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

AGENDA



IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

OVERVIEW SULLA STRATEGIA DI MERCATO PRIVATI

TEMATICHE OGGETTO DI APPROFONDIMENTO

Posteitaliane



IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

[Handwritten signatures in blue ink]
Posteitaliane

CONTESTO MACRO ECONOMICO



L'economia globale, a inizio 2024, resta **penalizzata da una elevata incertezza sull'evoluzione delle tensioni geo-politiche** e si caratterizza per prospettive di **crescita moderate** con ritmi e modalità diverse a seconda delle aree geografiche

MERCATO SERVIZI FINANZIARI



Redditività stabile nonostante il livello di tassi in riduzione trainata dalla elevata **competitività nella gestione delle raccolte** (in particolare nel segmento Wealth Management), riduzione dei costi spinta dalla continua **contrazione dell'offerta fisica**

MERCATO SERVIZI POSTALI



Conferma del trend in continuo **calo** per il settore della **corrispondenza**, compensato da un **aumento del volume dei pacchi** in particolare da mercato estero

EVOLUZIONE DEL CONSUMATORE



Aumento della **maturità digitale del consumatore** con acquisto a distanza di servizi transazionali/standardizzati; **ripresa degli acquisti in store fisici** su prodotti **servizi a maggiore complessità** quando l'**esperienza di acquisto** con un operatore è percepita "di **valore**"

[Handwritten signature in blue ink]

IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Le abitudini dei consumatori

[Handwritten signatures]

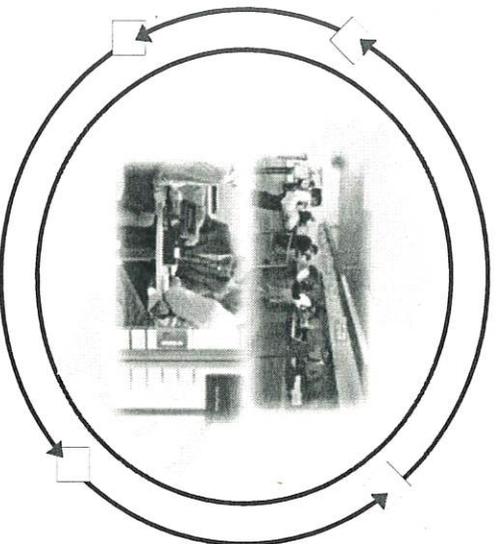
Posteitaliane

[Handwritten signature]

L'aumento della digitalizzazione, accelerato dalla Pandemia, ha rafforzato in questi anni la modalità di **interazione da remoto**, con una riduzione del bisogno di prossimità fisica e il ricorso sempre maggiore alla **modalità di acquisto a distanza**.

Oggi tuttavia sono diversi gli studi che evidenziano una **ripresa degli acquisti in store fisici su prodotti servizi a maggiore complessità** laddove il cliente sia in grado di percepire l'esperienza di acquisto con un operatore come "di valore"

- l'interazione fisica favorisce la propensione ad acquistare («**esperienza emotiva**» oltre il prodotto)
- il valore del punto fisico cresce all'aumentare della **competenza** (preparazione tecnica) capacità di **gestione della relazione** (comprendere i bisogni) e **motivazione** (passione, determinazione)
- la **Sinergia tra online e offline** è la chiave del successo del retail nel prossimo futuro (85% della vendita al dettaglio avviene ancora nei negozi fisici)



POLIMI - Oss. eCommerce B2C 2022
Importanza del touch point fisico e dell'interazione con personale esperto

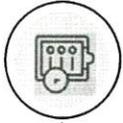
HBR - Sondaggio 2022
Phygital: i clienti che acquistano sia online sia in store tendono a spendere di più in media

RETAIL EXPO - Indagine 2022
Acquisto in store: momento fondamentale per conoscenza diretta del cliente e risalita feedback

[Handwritten signature]



AGENDA



IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

OVERVIEW SULLA STRATEGIA DI MERCATO PRIVATI

TEMATICHE OGGETTO DI APPROFONDIMENTO

Posteitaliane



LA STRATEGIA DI MERCATO PRIVATI

Posteitaliane

Conferma dell' Ufficio Postale come asset fondamentale sia come «touch point fisico» dell'offerta omnicanale di Poste, sia come volano per la digitalizzazione e profilazione dei clienti



Migliorare l'esperienza anche grazie all'Accoglienza e al Riconoscimento dei clienti, valorizzando la prossimità fisica e l'Assetto Rete



EVOLVERE il modello commerciale attraverso una nuova **Portafogliazione dei clienti**, valorizzando ulteriormente la relazione al **Front-End** e cogliendo le opportunità di business con i **piccoli operatori economici**

LA STRATEGIA DI MERCATO PRIVATI

Evoluzione modello di servizio commerciale

Posteitaliane

Argomenti oggetto di approfondimenti

Valore della capillarità della rete

- ✓ UP punto di riferimento per la costruzione e il mantenimento di solide relazioni con i clienti
- ✓ Prossimità e capillarità del presidio dorsale strategica di gestione della relazione con il cliente e cittadino (POLIS)
- ✓ Evoluzione Governance UP con consolidamento progetto Hub & Spoke

Nuovo modello di relazione poe

- ✓ Rafforzamento sinergia con il retail
- ✓ Centralità dell'UP per favorire il gioco di squadra e l'emersione della clientela prosumer

POE

Ufficio Postale

EVOLUZIONE PORTAFOGLIAZIONE

Presidio specialistico sui clienti a maggior valore

- ✓ Revisione della portafogliazione al fine di intercettare il potenziale commerciale
- ✓ Rafforzamento delle competenze in funzione della complessità di relazione

Proseguimento del percorso di trasformazione del front-end

- ✓ Ampliamento rete Punto Poste Casa e Famiglia e potenziamento OFE
- ✓ Prosecuzione estensione offerta
- ✓ Pti Retaili a tutta la rete PPCF

EVOLUZIONE FRONT END

PRIVATE

- ✓ Modello di servizio esteso a tutti i clienti private anche senza canone
- ✓ Offerta fuori sede volano del modello di presidio del cliente

Focalizzazione su UP a maggior valore

LA STRATEGIA DI MERCATO PRIVATI

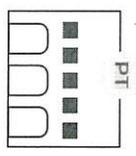
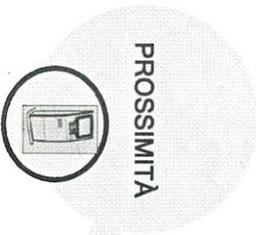
Miglioramento della customer experience

Posteitaliane

Argomenti oggetto di approfondimenti

Favorire la coesione, economica, sociale e territoriale del paese

- ✓ Confermare il ruolo chiave di Poste Italiane nel supporto alle comunità locali: progetto Polis
- ✓ Colmare il divario digitale: progetto Facilitazione UP



Ufficio Postale

Rimodulazione dell'offerta

- ✓ Ribilanciare l'offerta per rispondere al meglio alla evoluzione della domanda

OFFERTA

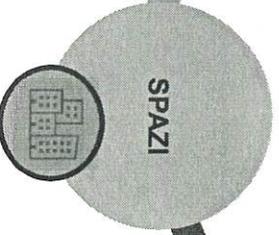
QUALITA

- ✓ Migliorare e Trasformare la Customer Experience con nuovi modelli di accoglienza in UP
- ✓ Far diventare uno standard su tutti gli UP il modello di accesso ai servizi in UP tramite prenotazione dell'appuntamento

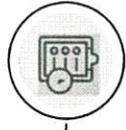
Qualità e Customer Experience

Evoluzione degli spazi in funzione del modello di servizio

Aumentare l'efficacia commerciale con un percorso di adeguamento degli spazi (postazioni ribassate, sale «privacy», ecc)



AGENDA



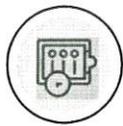
IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

OVERVIEW SULLA STRATEGIA DI MERCATO PRIVATI

TEMATICHE OGGETTO DI APPROFONDIMENTO

[Handwritten signature]

LA STRATEGIA DI MERCATO PRIVATI



EVOLUZIONE PORTAFOGLIAZIONE RETAIL



EVOLUZIONE PORTAFOGLIAZIONE RETAIL

Il percorso di Poste Italiane negli ultimi anni

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]

Posteitaliane

[Signature]

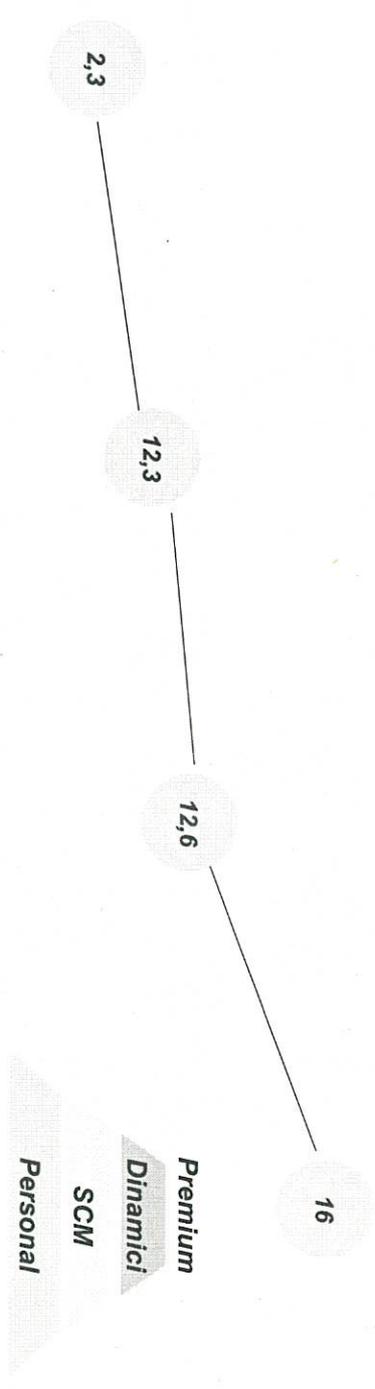
Avvio della portafogliazione
Retail in Poste Italiane

Sviluppo del Modello

Consolidamento

Evoluzioni

Y Clienti portafogliati # mln



- Segmentazione Clientela
- Cultura della gestione di PTF

Evoluzione logiche:

- affinamento criteri di **abbinamento cliente-consulente**
- **specializzazione su clienti a valore**
- creazione PTF per «**massa critica**»



2016 2018 2019 2021 2023 2024-2028

- Avvio segmentazione di «base», lancio PTF **Affluent (>75k€)** in UP con Sala
- Creazione primi PTF per **SCM** (con soli clienti Affluent)
- Estensione segmentazione
- Creazione PTF **Mass Market** (<75k€) in UP con sala

- Avvio segmento **Premium**
- Evoluzione criteri di segmentazione: PTF **Dinamici e Personal**

[Signature]

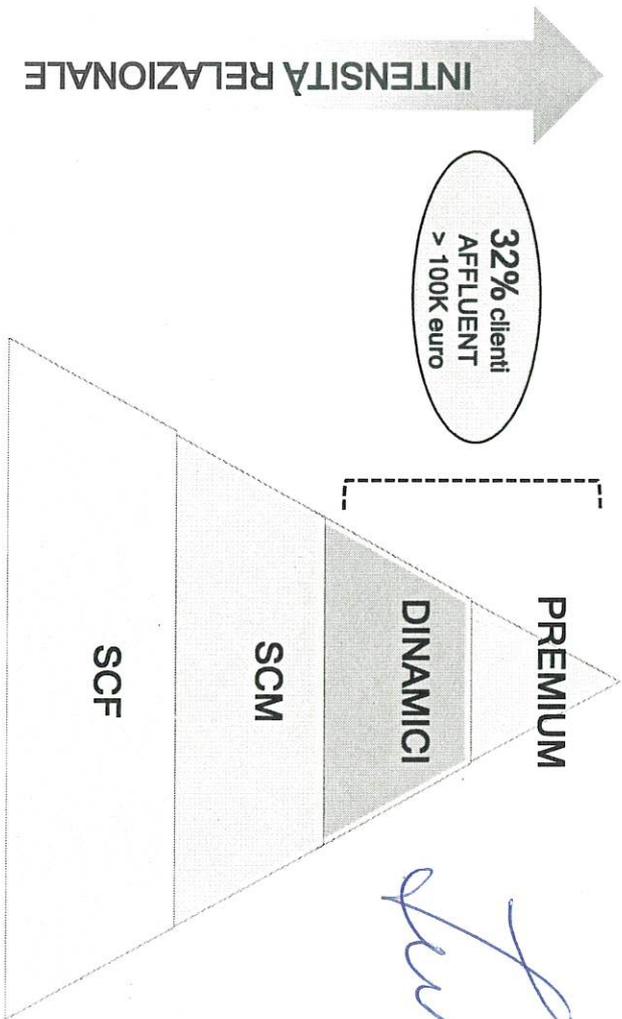
[Signature]

[Signature]



EVOLUZIONE PORTAFOGLIAZIONE RETAIL AS IS

16.3 MLN DI CLIENTI CON 411 MILDI€ DI PATRIMONIO



FAVORIRE UNA RELAZIONE ESCLUSIVA
per clienti a maggior valore

SVILUPPARE UNA RELAZIONE PIÙ AMPIA
su clienti Affluent

MANTENERE IL PRESIDIO DEL TERRITORIO
dando maggior valore

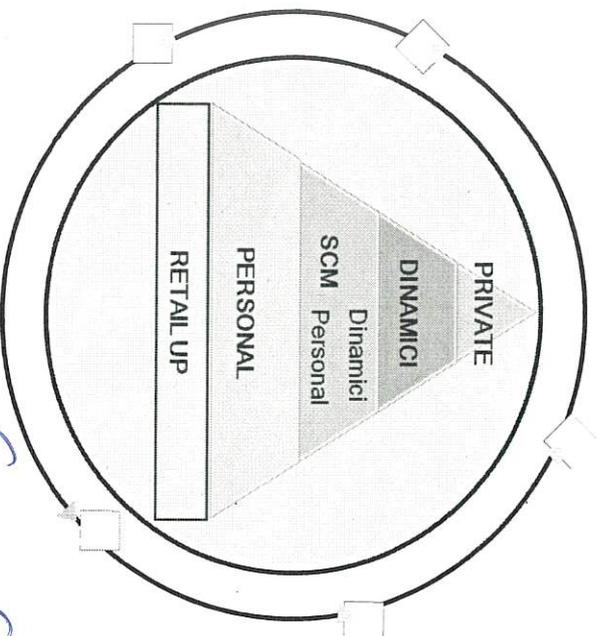
CURARE I BISOGNI DI TUTTI I NOSTRI CLIENTI

Posteitaliane

EVOLUZIONE PORTAFOGLIAZIONE RETAIL

Posteitaliane

Ulteriore evoluzione della portafogliazione al fine di aumentare il presidio **specialistico sui clienti a maggior valore**



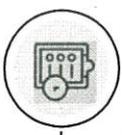
- **Maggior focus su «Consulenza Specialistica»** tramite l'evoluzione della portafogliazione retail (Ptf Dinamici, Intermedi e Scm) per garantire un modello di servizio adeguato alla clientela di maggior valore (clienti affluenti)
- **Upgrade modello di servizio per clienti Private** evoluzione del modello Premium in un modello di servizio Private senza pagamento di un canone
- **Presidio del Territorio** ridefinizione zone commerciali, revisione assetto rete up sala / no sala



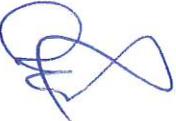
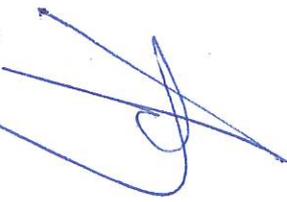
LA STRATEGIA DI MERCATO PRIVATI



Posteitaliane



EVOLUZIONE CANALE PREMIUM



Posteitaliane

EVOLUZIONE CANALE PREMIUM

L'evoluzione del Canale nel tempo

PERCORSO DI EVOLUZIONE ORGANIZZATIVA DEL CANALE PREMIUM

I Q 2019	II Q 2019	2021	2023	2024
Formalizzazione Progetto Rete Consulenza Evoluta con l'obiettivo di identificare le linee di sviluppo del modello di consulenza della clientela con bisogni più evoluta	Avvio Sperimentazione del modello di servizio con l'ingaggio e il coinvolgimento di un nucleo di consulenti selezionati	Consolidamento del modello Premium con istituzione di una figura di Referente nei territori a maggiore potenziale e con un numero minimo di consulenti	Avvio del modello di offerta Fuori Sede per un nucleo di consulenti già iscritti all'Albo dei Consulenti Finanziari	Ampliamento del target di clientela al segmento Private, estensione dell'offerta fuori sede a tutta la forza vendita e apprezzamento professionale

Ods n. 13/2019 (5 aprile 2019)

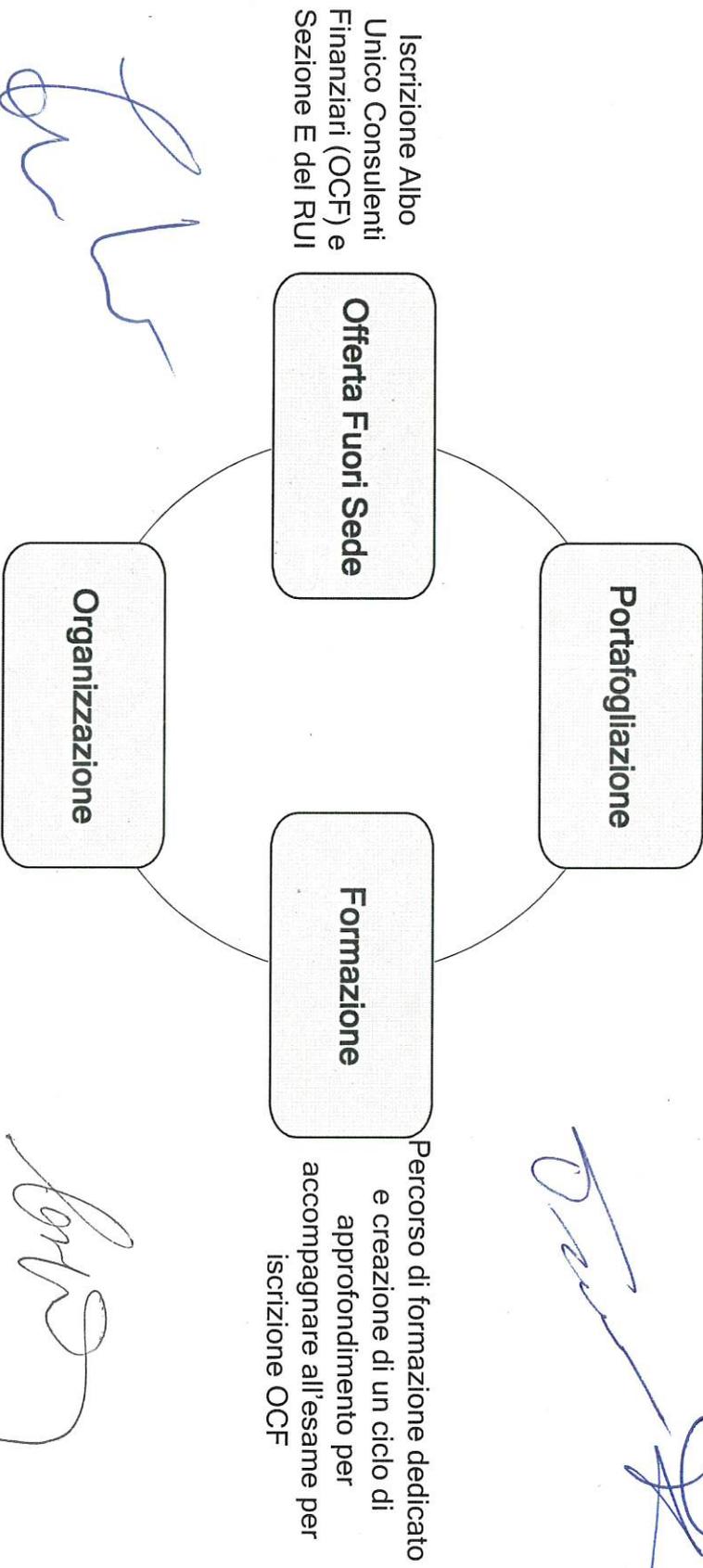
Tavolo OOSS 30 Settembre

EVOLUZIONE CANALE PREMIUM

Principali Elementi

Posteitaliane

Nuova portafogliazione estesa
anche alla clientela Private*



* Patrimonio in PI > 500K

- ✓ Rafforzamento del presidio
- ✓ Valorizzazione della complessità introdotta



Posteitaliane

EVOLUZIONE CANALE PREMIUM

Estensione Modello Premium - percorso

AS IS

2024

2025 - 2028

Azioni

Creazione di ptf Premium (fino a 100 clienti in ptf con patrimonio maggiore di 400k)

Revisione degli attuali portafogli inserendo clienti Private fino a raggiungimento di circa 180 clienti per portafoglio

Progressivo incremento dei ptf secondo la priorità in termini di potenziale di Territorio

Offerta fuori sede

Pilota su 20 consulenti già abilitati

Progressiva estensione a tutta la forza vendita dedicata al segmento di clientela Premium/Private

Ptf SCP

150

175

400

N clienti in Ptf

<<100

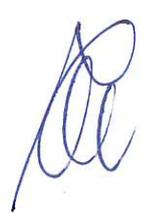
~ 150 - 180

~ 150 - 180



NUOVO CANALE PREMIUM

Principali caratteristiche delle figure



Posteitaliane



Figura

Gestore Premium

Coordinatore Premium

Dim
2024

175

25



Abilitazione
Offerta fuori sede

✓

✓

N. clienti in Ptf

~180

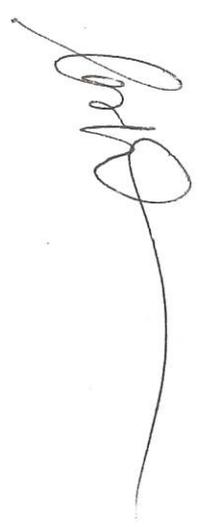
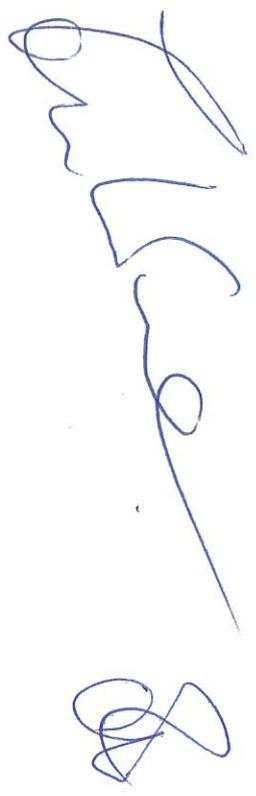
Co-sharing dei Clienti a maggior complessità

Condizione abilitante
al ruolo

Liv

A2

A1



EVOLUZIONE CANALE PREMIUM

Requisiti maturazione livello inquadramentale superiore

Di seguito i principali requisiti per maturare il diritto al livello superiore:

- **Assegnazione** portafoglio Premium
- **Abilitazione** offerta fuori sede * tramite iscrizione:
 - all'Albo Unico dei Consulenti Finanziari **previo superamento della prova valutativa**
 - alla Sezione E del RUI
- **Esperienza di almeno sei mesi sul portafoglio**

Figure coinvolte:

- Specialista Consulente Premium (Liv. B) verso Gestore Premium (Liv. A2)
- Referente Premium (Liv. A2) verso Coordinatore Premium (Liv. A1)
- Eventuali inserimenti sul ruolo transiteranno dalle figure attuali fino a conseguimento dei requisiti

Posteitaliane

* L'abilitazione all'ofs è garantita oltre che dall'iscrizione a OCF e sez. E del RUI anche dal rispetto dei requisiti onorabilità e professionalità (VASS e MIFID)

EVOLUZIONE CANALE PREMIUM Assetto AS IS

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

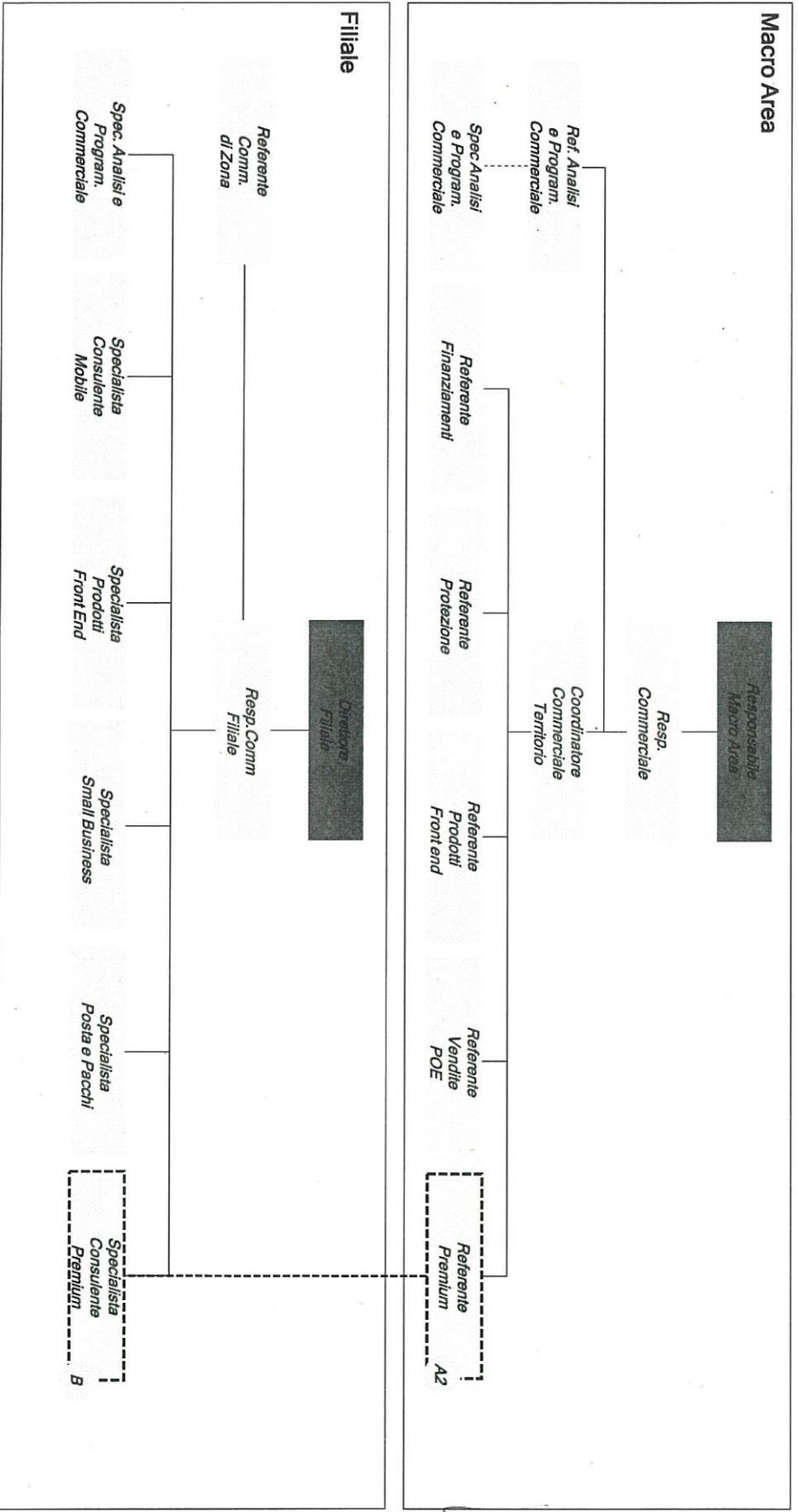
[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

Posteitaliane

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

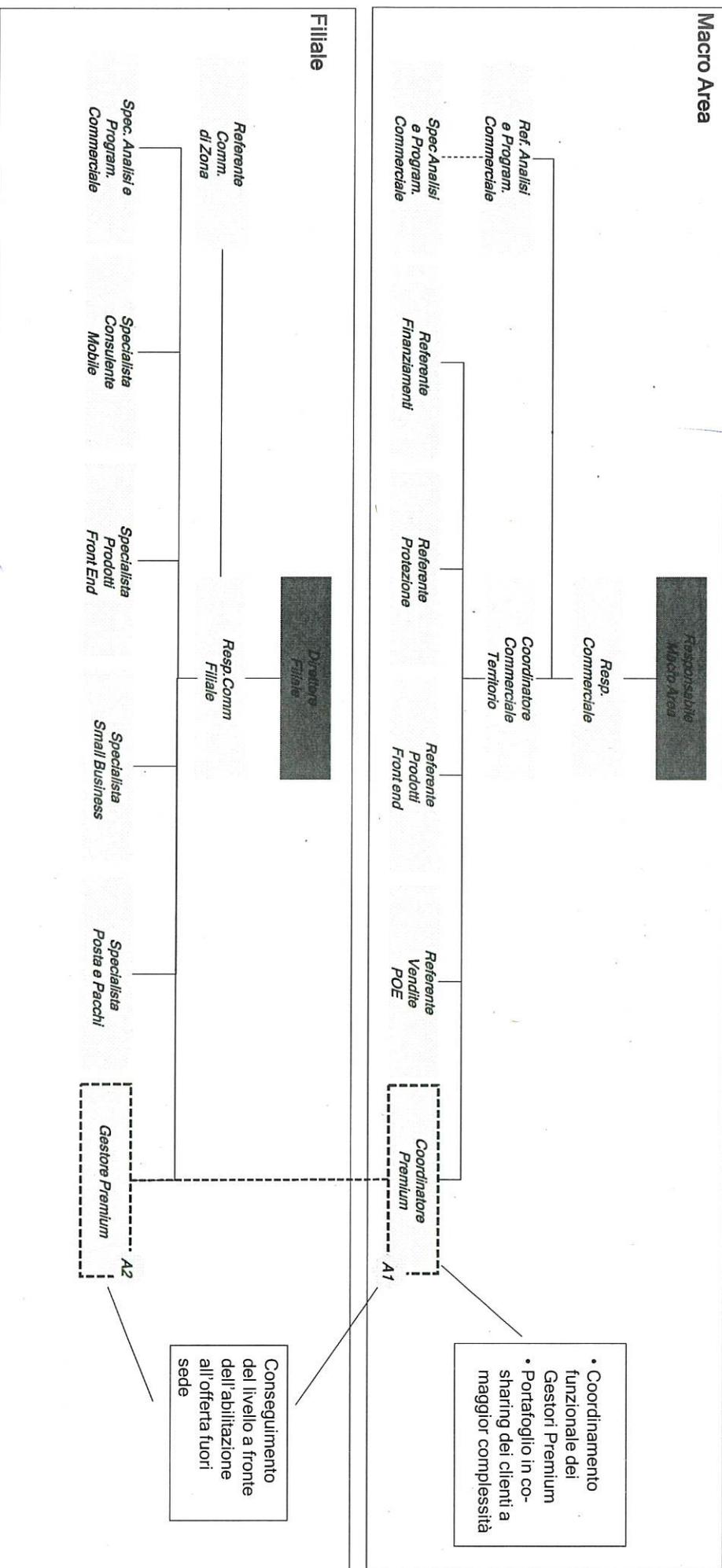
[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

EVOLUZIONE CANALE PREMIUM

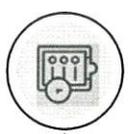
Upgrade della filiera - assetto TO BE

Posteitaliane



LA STRATEGIA DI MERCATO PRIVATI

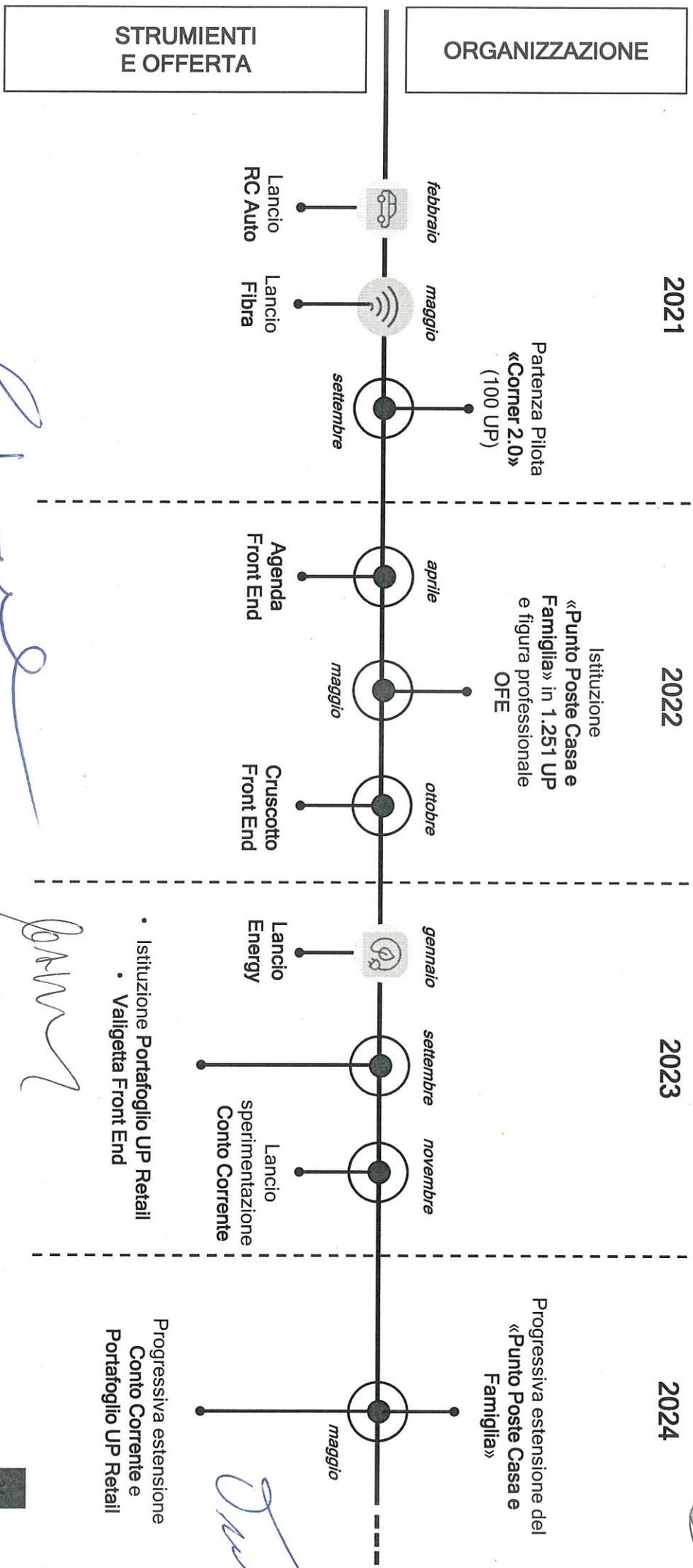
Posteitaliane



● EVOLUZIONE PUNTO POSTE CASA E FAMIGLIA

EVOLUZIONE PUNTO POSTE CASA E FAMIGLIA

L'evoluzione nel tempo



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

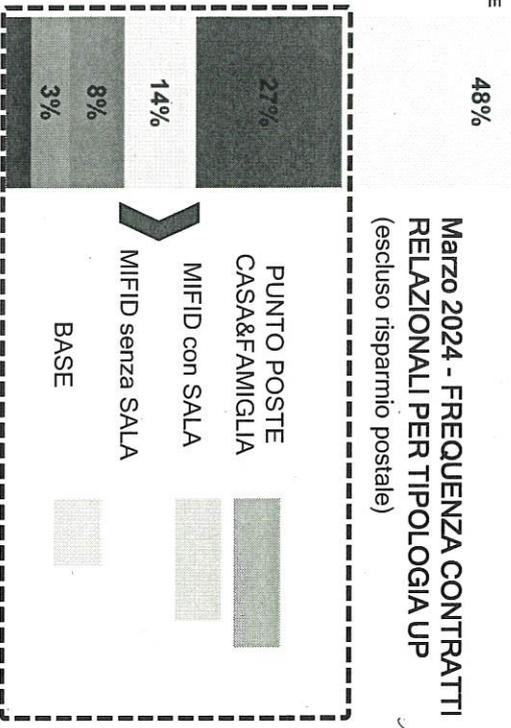
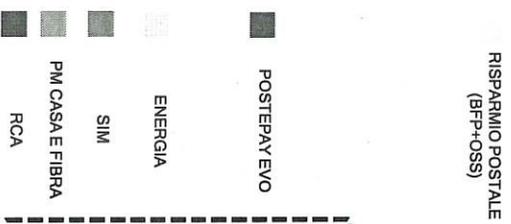
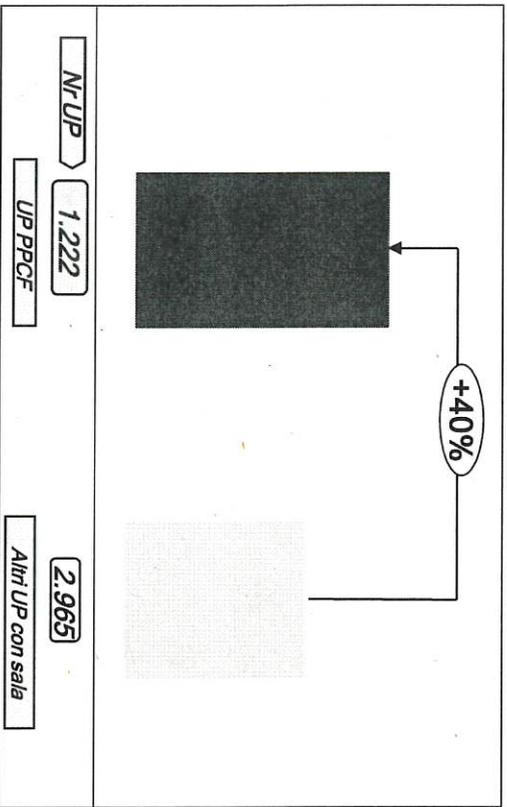
[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

EVOLUZIONE PUNTO POSTE CASA E FAMIGLIA Focus Contratti per tipologia UP

L'incidenza dei contratti relazionali per tipologia di UP confermano che il PPCF è un punto di riferimento per la soddisfazione dei bisogni della clientela

DATI 2023



+3% vs 2023

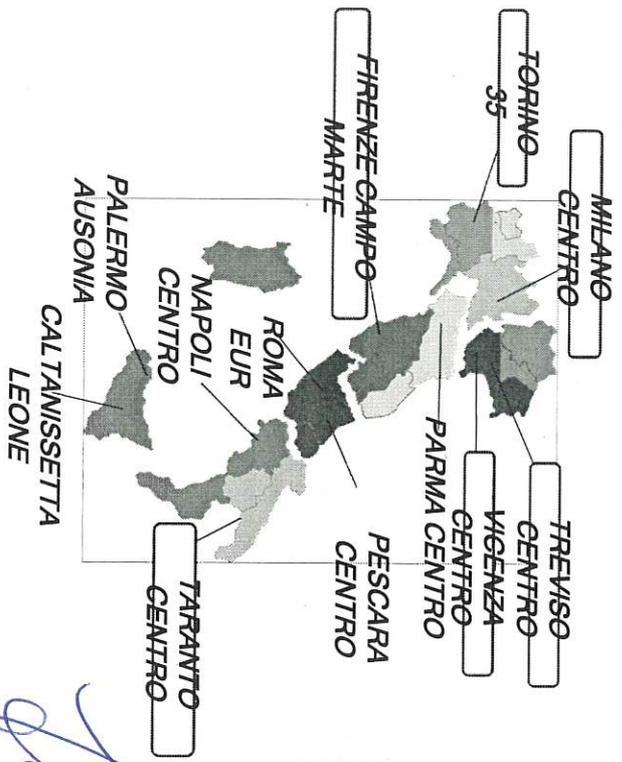
DISTRIBUZIONE CONTRATTI «RELAZIONALI» MEDI 90

Handwritten signatures and notes in blue ink.

EVOLUZIONE PUNTO POSTE CASA E FAMIGLIA

Focus apertura Conto Corrente

PILOTA 12 UP



21 OFE FORMATI

ca 100 CC APERTI

Progressiva estensione alla rete PPCF

La sperimentazione avviata a fine 2023 sugli UP Pilota, dimostra un complessivo gradimento, con una soddisfazione del cliente che riconosce il livello di competenza del PPCF («Barometro 2023») - Punteggio soddisfazione complessiva 8,6 su 10)

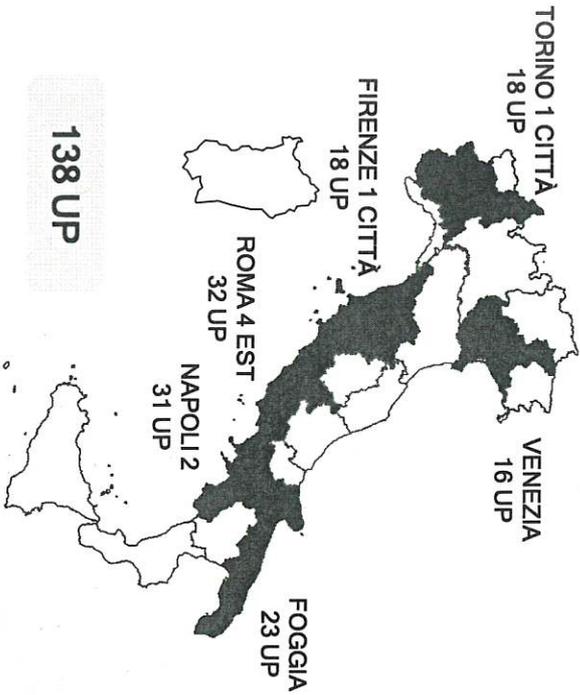
Posteitaliane

EVOLUZIONE PUNTO POSTE CASA E FAMIGLIA

Focus Portafoglio UP retail

Posteitaliane

PILOTA SU 6 FILIALI



Clienti in età 18-79 anni, possessori di una o più delle seguenti caratteristiche

- ✓ Possesso di prodotti Telco, Energy, RCA
- ✓ Possessori di Utenze
- ✓ Possesso Conto Corrente
- ✓ Titolari di accredito di Emolumenti*
- ✓ Possessori di PostePay EVO
- ✓ Altri Clienti con patrimonio >5K

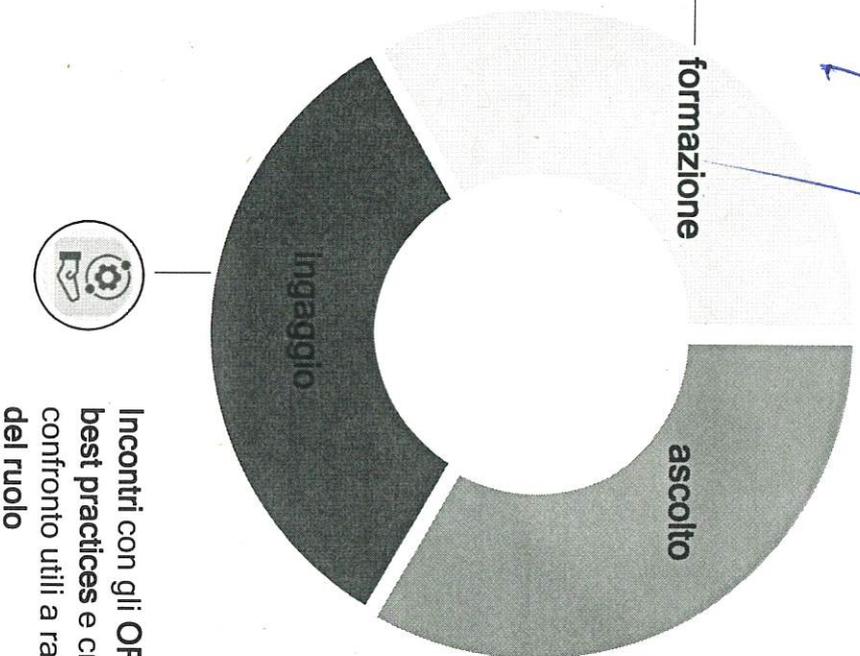
1,9K clienti in media per UP (min 1K e max 2K per UP)

Progressiva estensione alla rete PPCF

EVOLUZIONE PUNTO POSTE CASA E FAMIGLIA

Investimento sulle persone

Importante investimento formativo, sia in modalità **sincrona** (aula/webinar) che **asincrona**, finalizzate a sviluppare le **competenze relazionali** (capacità di comunicazione con la clientela, approccio proattivo e mindset commerciale) e **tecnico/specialistiche** (complessivamente nel 2023: 185k ore di formazione erogate, oltre 2k risorse formate con ~85 ore pro capite)



Incontri con gli **OFE** per analizzare le **best practices** e creare occasioni di confronto utili a rafforzare l'**identità** del ruolo



Incontri di **ascolto** con i **DUP** per recepire suggerimenti e spunti al fine di migliorare processi e strumenti

Posteitaliane

[Handwritten signature]

Posteitaliane

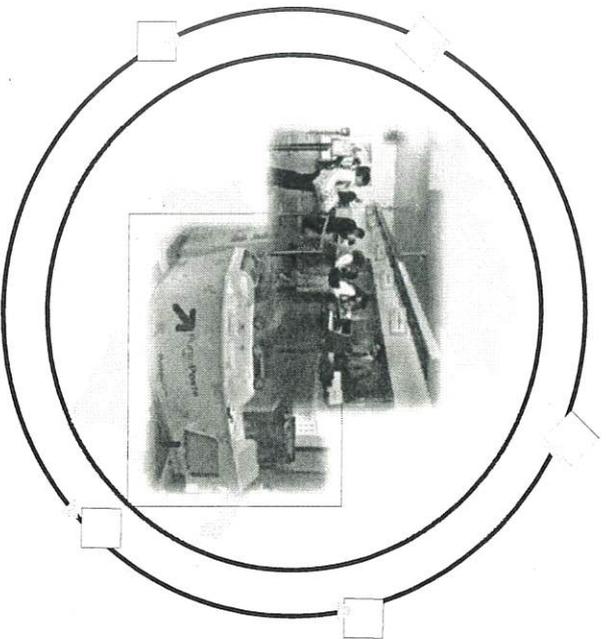
EVOLUZIONE PUNTO POSTE CASA E FAMIGLIA

Prossimi passi

[Handwritten signature] *[Handwritten signature]* *[Handwritten signature]* *[Handwritten signature]* *[Handwritten signature]*

Prosegue il percorso di trasformazione del canale front end con la conferma del Punto Poste Casa e Famiglia quale punto di connessione le esigenze della casa e delle famiglie, secondo i seguenti prossimi passi

[Handwritten signature]



- **Estensione della rete UP PPCF → 264 UP nel 2024 (~400 OFE)**
- **Estensione della sperimentazione apertura c/c → ulteriori 100 UP a partire da maggio, progressivamente tutta la rete UP PPCF**
- **Graduale estensione alla rete PPCF dei Portafogli UP Retail**

[Handwritten signature]

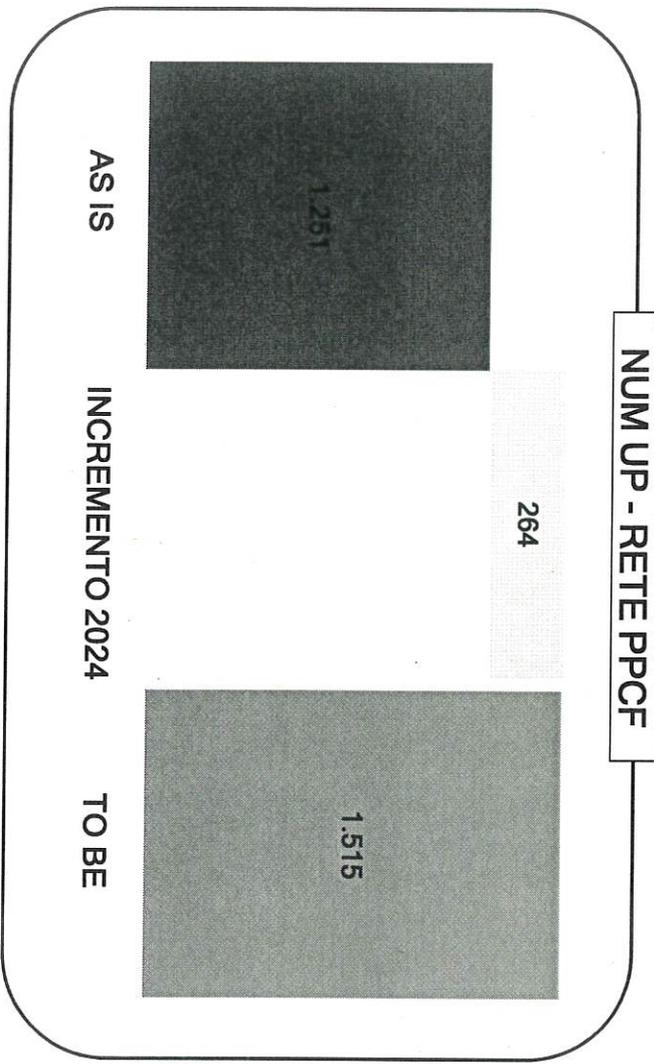
[Handwritten signature]

EVOLUZIONE PUNTO POSTE CASA E FAMIGLIA

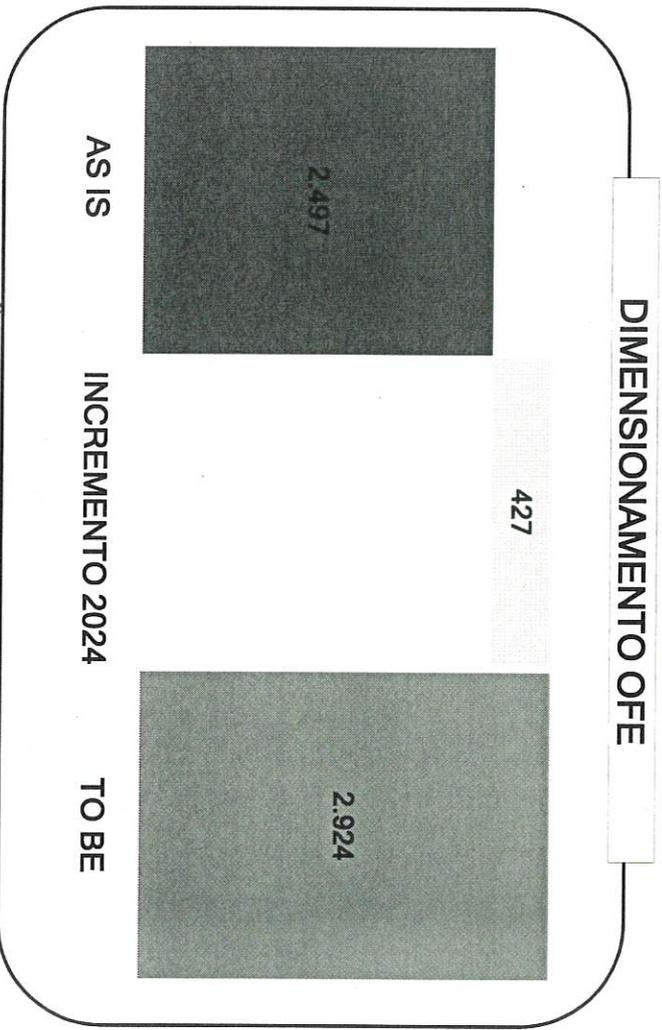
Focus numeriche UP PPCF AS IS vs TO BE

Posteitaliane

NUM UP - RETE PPCF



DIMENSIONAMENTO OFE

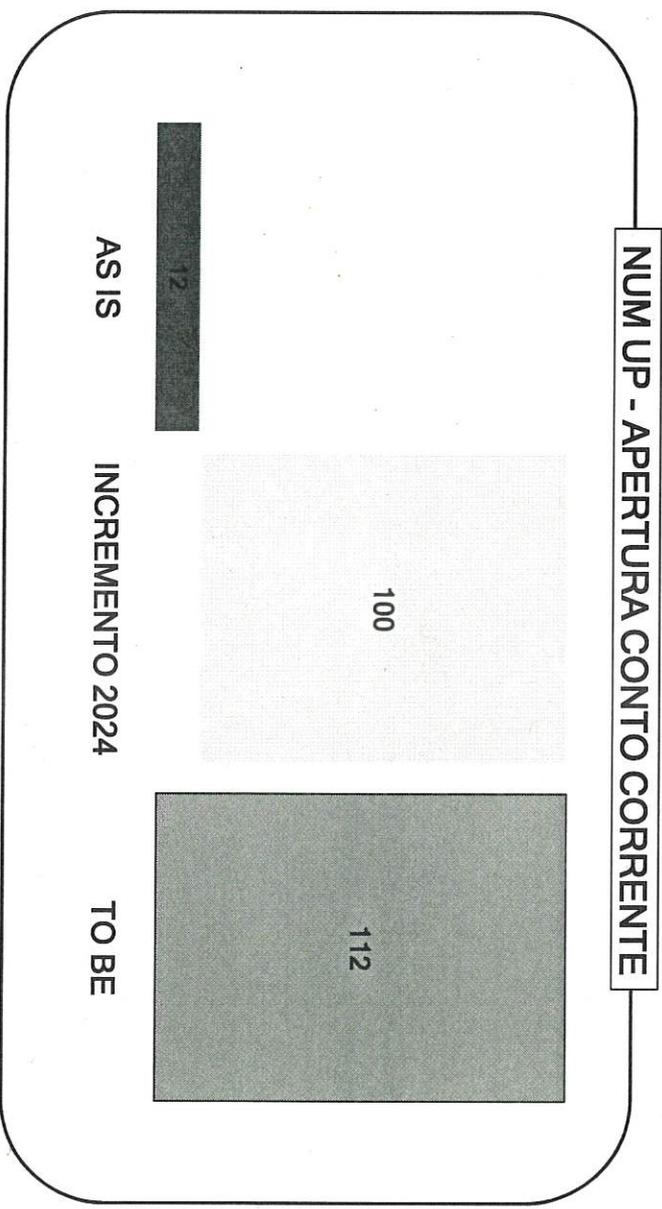


Handwritten signatures in blue ink.

EVOLUZIONE PUNTO POSTE CASA E FAMIGLIA

Focus numeriche UP Apertura Conto Corrente AS IS vs TO BE

Posteitaliane



EVOLUZIONE PUNTO POSTE CASA E FAMIGLIA

Distribuzione territoriale UP - Estensione PPCF

Distribuzione territoriale per Macro Area degli UP interessati dall'estensione della Rete PPCF

MACRO AREA	NUM UP
Centro	40
Centro Nord	52
Nord Est	17
Nord Ovest	52
Sicilia	25
Sud	78
Totale	264

Posteitaliane



EVOLUZIONE PUNTO POSTE CASA E FAMIGLIA

Distribuzione territoriale UP - Estensione apertura Conto Corrente al PPCF

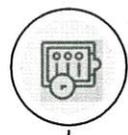
Posteitaliane

Distribuzione territoriale per Macro Area degli UP interessati dall'estensione dell'apertura del Conto Corrente

MACRO AREA	NUM UP
Centro	20
Centro Nord	18
Nord Est	7
Nord Ovest	20
Sicilia	8
Sud	27
Totale	100



LA STRATEGIA DI MERCATO PRIVATI



POLIS

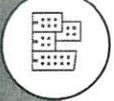
[Handwritten signature]

Posteitaliane

POLIS

Posteitaliane

Avanzamento principali focus commerciali



UP POLIS

1.472 CON LAVORI CONCLUSI
217 CON LAVORI INIZIATI

NETRINE DIGITALI

432 INSTALLATE



ATM

65 NUOVE INSTALLAZIONI
177 SOSTITUZIONI EFFETTUATE

TOTEM

526 VERTICALI INSTALLATI,
di cui:
• 417 con Servizi Attivi
• 161 H24



SERVIZI PA -
SPORTELLO UNICO

MINISTERO DI GIUSTIZIA
CERTIFICATI INPS
CERTIFICATI ANAGRAFICI
(ANPR)
PASSAPORTI



FORMAZIONE e
COMUNICAZIONE

~18.000 RISORSE FORMATE
~7.000 UP INTERESSATI

POLIS

Posteitaliane

Integrazioni con i servizi PA - attività realizzate



- Certificati Giudiziari

- SERVIZI ATTIVI**
- Nomina Amministratore di Sostegno e Rendicontazione Stato Patrimoniale Assistito: 232 UP

- INPS**
- Certificati INPS

- Cedolino pensione: ~ 7.000 UP
 - Certificazione unica: ~ 7.000 UP
 - Modello Obis/m: ~ 7.000 UP
- 

- MINISTERO DELL'INTERNO**
- Certificati di stato civile e anagrafici (ANPR)
 - Richiesta Passaporti

- Certificati Anagrafici:
 - Da Totem: 462 UP
 - Da Sportello: 587 UP
- Passaporti: 31 UP (in attivazione 91 UP entro maggio)

LA STRATEGIA DI MERCATO PRIVATI

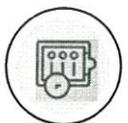
[Handwritten signature]
[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

Posteitaliane



RIPENSAMENTO SPAZI ED EFFICACIA COMMERCIALE

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Large handwritten signature]

[Handwritten signature]

MIGLIORAMENTO DELLA CUSTOMER EXPERIENCE

I principali ambiti di intervento

Definizione di modelli di accoglienza customizzati attraverso la valorizzazione dei touchpoint in UP

GESTORE ATTESE

- 1.000 nuove installazioni di NGA light a copertura di UP Relazione e Standard «scoperti»
- 7.000 UP base C e B senza NGA con soluzione «superlight» con monitor per chiamare i clienti prenotati

Completare la possibilità di prenotazione su tutti gli UP, a partire dal supporto dei nuovi device da installare: NGAL e Monitor di chiamata

ARRE SELF/DEVICE SELF

- Locker (1.500 + 500 Polis arco Piano)
- ATM cash in (UP con elevati volumi prelievi/ versamenti)
- Totem (UP con elevati volumi bollettini)

Selezione di UP complessi per intensità operativa e pedonabilità in cui installare device self per migliorare l'esperienza e alleggerire l'operatività

VETRINE DIGITALI

- Vetture digitali (UP con elevata pedonabilità (clienti medi gg), elevata intensità operativa (TMO) e Tempi di attesa critici)

Uffici critici in termini di flussi di clienti e qualità erogata, su cui agire con l'indirizzamento della domanda

RIPENSAMENTO SPAZI ED EFFICACIA COMMERCIALE

Incremento efficacia commerciale

Posteitaliane

Valorizzazione dei diversi touchpoint aziendali (Sale Consulenza, Sportello, Punto Poste Casa & famiglia) per offrire al cliente un'esperienza coerente con le sue esigenze/potenziale

 Punto Poste Casa e Famiglia

**Potenziamento Rete OFE**

- Nuove postazioni ribassate in linea con il piano di ampliamento della rete PPCF

 Consulenza

**Potenziamento Rete Sale**

- Nuove Sale su UP con idoneo potenziale
- Nuove postazioni relazionali con «privacy»
- Riqualficare spazi interni dell'UP per la creazione di spazi dedicati all'attività di relazione con il cliente (anche titolari di Partita IVA presidiati dagli Specialisti POE)
- Doppio turno relazionale: selettivamente in situazioni di alto potenziale/spazi inadeguati

RIPENSAMENTO SPAZI ED EFFICACIA COMMERCIALE

Postazione relazionale con «privacy»

Posteitaliane



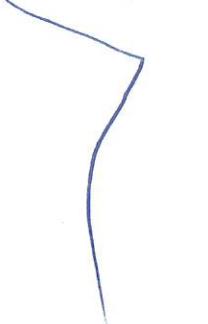
La postazione relazionale con «privacy» si propone di creare soluzioni per garantire attività relazionali in situazioni di spazio ridotto.

Da installare sulla linea della sportelleria o in modalità stand alone si adatta ad es. ad UP ad elevata rilevanza commerciale in cui non ci sono gli spazi utili per la realizzazione di una seconda sala

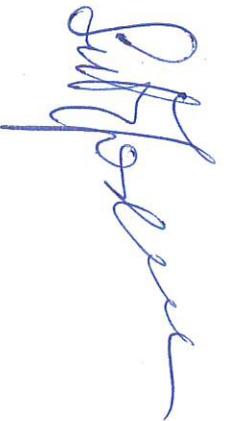
Tale postazione sarebbe occupata da SCF o SCM, in base all'ufficio, nonché dagli specialisti POE.

La soluzione si caratterizza per una maggiore facilità di realizzazione (tempi più rapidi) nonché minori costi rispetto ad una sala tradizionale.

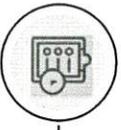
Prevista la realizzazione di circa 10 prototipi nel 2024



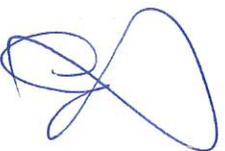
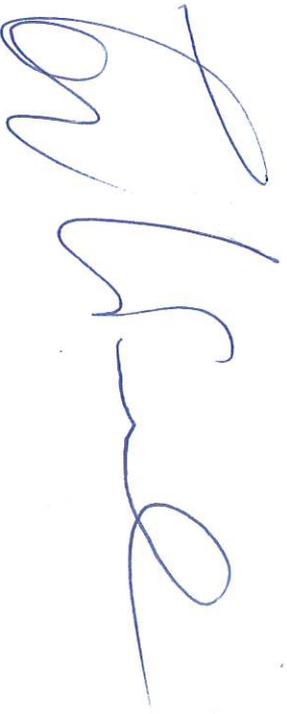
LA STRATEGIA DI MERCATO PRIVATI



Posteitaliane



FACILITAZIONE DIGITALE



FACILITAZIONE DIGITALE

PNRR Misura 1.7.2

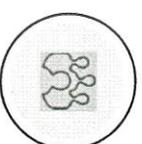
OBIETTIVI GENERALI

La misura 1.7.2 del PNRR richiede prevede di sviluppare una «rete dei servizi di facilitazione digitale» per favorire, entro il 2026, l'accrescimento delle competenze digitali diffuse per favorire l'uso autonomo, consapevole e responsabile delle nuove tecnologie e incentivare l'uso dei servizi online dei privati e delle Amministrazioni Pubbliche, semplificando il rapporto tra cittadini e Pubblica Amministrazione.



IL CONTRIBUTO DELLA RETE DI POSTE ITALIANE

Contribuire alla progettualità di inclusione digitale, mettendo a disposizione la capillarità degli Uffici postali come punti di facilitazione con l'obiettivo di incrementare la percentuale di popolazione in possesso di competenze digitali di base, capitalizzando al contempo le occasioni di contatto che ne derivano.



PROSSIMI PASSI

- Individuazione degli UP da inserire nella rete di facilitazione
- Definizione del modello operativo (modalità di erogazione, rendicontazione, ecc)
- Avvio di un pilota sulla regione Campania entro luglio 2024, per successiva estensione anche ad altre Regioni in linea con gli accordi stipulati