

AREA VENDITA: MOLTE SPINE, POCHE ROSE

Da sempre le aree vendita ed in particolare i venditori, sono state viste come delle oasi felici, chiuse al loro interno dove “giravano tanti soldi” e pertanto impermeabili ai problemi aziendali. In realtà anche questi reparti negli anni hanno visto il deteriorarsi dell’ambiente lavorativo, e come in tutta l’azienda i problemi e le difficoltà di lavoro sono man mano aumentate. Se le forze di Vendita arrivano a contattare un sindacato rivendicativo come SNATER per denunciare la situazione in cui si trovano, è urgente fare una riflessione. Non c’è più settore aziendale che sia sano e motivato.

I Venditori affrontano ed offrono **soluzioni complesse ad Aziende e Pubbliche Amministrazioni, mettendo in campo competenze TECNICHE, ECONOMICHE, NORMATIVE, eppure...**

- **INQUADRAMENTO** - **Manca adeguato riconoscimento professionale** (venditori ancora in livello 5).
- **ASSEGNAZIONE PIV** - I venditori della vendita diretta Business sono assegnatari di un piano incentivazione su base annuale, come descritto nella procedura “I Sistemi di Incentivazione Individuale di Vendita di Telecom Italia” Cod. docum. 2019-00084 e nell’estratto di seguito riportato:
 - Le Schede Individuali dovranno essere ufficializzate con le seguenti regole:
 - Piani annuali: ufficializzazione entro maggio;
 - Piani semestrali: ufficializzazione entro il secondo mese del periodo;
 - Piani trimestrali: ufficializzazione entro il primo mese del periodo.

Ormai da anni l’azienda non ottempera a quanto disciplinato nella procedura sopra riportata e nel dettaglio:

Anno 2019: la mail ufficiale di assegnazione degli obiettivi è datata 19/07/2019

Anno 2020: la mail ufficiale di assegnazione degli obiettivi è datata 07/08/2020

Anno 2021: la mail ufficiale di assegnazione degli obiettivi è datata 29/07/2021

Anno 2022: la mail ufficiale di assegnazione degli obiettivi è datata 07/07/2022

In sostanza l’assegnazione degli obiettivi avviene ben oltre la metà dell’anno di riferimento condizionando l’entità dell’obiettivo assegnato. Risulta molto facile calcolare le velocità di uscita quando si hanno a disposizione degli avanzamenti che vanno ben oltre la metà del periodo.

IL FATTO DI ASSEGNARE OBIETTIVI A META’ ANNO POTREBBE INNESCAR VALUTAZIONI A FAVORE O A SFAVORE DEL VENDITORE, MENTRE SE FOSSE FATTO AD INIZIO ANNO, QUANDO NON CI SONO ANCORA DATI CONSOLIDATI DI AVANZAMENTO, IL METRO DI ASSEGNAZIONE SAREBBE SICURAMENTE PIU’ OBIETTIVO.

- **CONSUNTIVAZIONE PIV**

Ogni anno a ridosso del termine per l’erogazione del premio maturato, tramite mail inviata dal responsabile alle singole risorse incentivate, e’ richiesto di verificare la correttezza delle estrazioni ufficiali dei dati di avanzamento riportati sul sistema AS IS (Application System Incentive for Sales).

Queste verifiche risultano in realtà impossibili dal momento che i venditori non hanno accesso alle fonti dati (ad es. fatture cliente) utili per verificare la pista ricavi e la pista EBITDA, oppure nel caso della pista

CSI (Customer Satisfaction Index) non è dato sapere quali sono i referenti **delle aziende** oggetto dell'intervista, quindi può capitare che il sondaggio non venga fatto al referente aziendale che segue la telefonia ma ad un altro impiegato dell'azienda che poco o nulla ha a che fare con questo tema.

Nel caso in cui il venditore sollevi perplessità relativamente alla correttezza delle consuntivazioni, la segnalazione rimane nella maggior parte dei casi senza riscontro.

- PISTE DI INCENTIVAZIONE

Negli ultimi anni l'azienda si è orientata nell'inserire alcune piste di incentivazione portandole da piste individuali a piste di gruppo. Ad esempio nel 2021 l'unica pista di gruppo è stata la CSI con un valore pari al 10% del premio totale (l'anno scorso l'obiettivo CSI non è stato raggiunto e durante il corso dell'anno la forza vendita non ha mai ricevuto avanzamenti in relazione a questa pista). Quest'anno le piste di gruppo sono CSI e EBITDA per un valore complessivo pari al 50% del premio totale. Per CSI continua a non pervenire nessun avanzamento.

- AUTO AZIENDALE

Per i venditori, a differenza di altre figure aziendali, l'assegnazione dell'auto ad uso promiscuo è da considerarsi strumento di lavoro e non benefit.

Nel corso degli anni il listino delle auto ordinabili si è sempre più orientato verso modelli entry level sia in termini di cilindrata che di allestimento dell'auto, pur rimanendo invariata la rata mensile a carico del dipendente.

- ESPANSIONE

Con il rinnovo della CdE è stato dichiarato dai sindacati firmatari che la percentuale di astensione dal lavoro è stata attribuita dall'azienda in funzione della "vicinanza" al cliente. Infatti i Customer care hanno il 10% di astensione, mentre i venditori, che sono quotidianamente a presidio di un portafoglio clienti, hanno il 15%; si vede che sono stati ritenuti più distanti dal cliente che non Customer Care.

Inoltre nel corso dell'anno 2022 i venditori hanno 35 giorni di astensione dal lavoro dovuto a CdE (comprensivo di giornate di formazione obbligatoria), ma l'assegnazione degli obiettivi avviene sempre sulla base di 12 mesi lavorativi e non vengono riparametrati sulle effettive giornate lavorative decise dall'azienda.

Ne deriva che gli obiettivi devono essere raggiunti con 7 settimane in meno di lavoro.

Riteniamo che questi problemi debbano essere affrontati in un prossimo incontro Rsu-Azienda, l'area vendita è necessaria a tutta l'azienda ed il loro lavoro ricade a pioggia su tantissimi reparti aziendali, per cui una frenata della vendita ha ripercussioni su tutti i lavoratori.