

TIM: nota su incontro nazionale evoluzione del settore commerciale e dei negozi sociali

Il Dott. Rigoni, nuovo Responsabile della Chief Revenue Office di TIM, durante l'incontro nazionale ha illustrato e commentato le performances della Direzione Commerciale relative all'anno 2019.

Dalla relazione è emerso che una serie di fattori, tra cui non ultimo il prepotente ingresso di Iliad sul mercato con un'aggressiva politica dei prezzi, hanno determinato la perdita di circa 800mila linee fisse e circa 200mila sul mobile.

Mancanza di focus sulle aree bianche (1,3 mln di clienti lasciati a piccoli player), penetrazione marginale dell'offerta Tv, mancanza di segmentazione clienti nell'ambito small ed altre componenti hanno determinato una minore capacità di competere al meglio sul mercato.

Inoltre nella fascia Enterprise (P.A. e grandi aziende), a seguito di perdite di importanti appalti, si è registrato un abbattimento dei ricavi di circa il 35%.

La riorganizzazione aziendale prevede quindi la divisione del mercato in 3 aree:

- Consumer
- Small & Medium
- Enterprise (Private e Public)

Lo scopo, secondo quanto riportato dal Dott. Rigoni, è quello di avere una Governance unica per migliorare le sinergie Consumer/Business e soprattutto caratterizzare al meglio i vari segmenti di mercato, aumentando la capacità di vendita e differenziazione delle offerte.

In ambito *Consumer*, tra gli obiettivi principali, quello di puntare a valorizzare la convergenza fisso/mobile, evitando ulteriori sovrapposizioni con il brand Kena.

In ambito *Small & Medium*, il Piano seguirà prevalentemente le dinamiche commerciali del Consumer.

In ambito *Enterprise*, l'Azienda focalizzerà l'attenzione sui servizi Big Data e Cloud Computing con particolare attenzione al mondo della cybersecurity, con l'obiettivo di migliorare la Customer Satisfaction.

UGL Telecomunicazioni, pur rilevando apprezzabili avanzamenti nelle scelte organizzative e strategiche dell'Azienda, ha però posto l'attenzione sul numero assai rilevante di clienti persa nello scorso anno, come punto di riferimento dal quale partire per conservare il posizionamento della Customer Base.

A tal proposito è stata segnalata all'Azienda la necessità di migliorare la qualità del lavoro interno, elemento essenziale per fidelizzare la clientela, attraverso una formazione e riqualificazione mirata del personale che possa consentire di elevare la Customer Satisfaction. Inoltre sarebbe auspicabile un aumento del numero delle risorse impegnate nel settore del Sales Support, a fronte di una mole sempre più considerevole di lavoro svolto. Per quanto riguarda i *venditori* si riscontrano delle forti criticità sull'impossibilità di avere un monitoraggio costante degli avanzamenti dei Piani di Incentivazione ed un adeguato supporto per gestire i reclami provenienti dalla Rete vendita (Franchising, Monobrand, Multibrand, Grande Distribuzione), in quanto il portale dedicato (SIS) necessiterebbe di un presidio decisamente più consistente di lavoratori per inoltrare e risolvere problemi inerenti alla Rete, al Caring ecc.

NEGOZI SOCIALI TIM

Durante l'incontro nazionale di oggi, l'Azienda ha inoltre comunicato l'assetto commerciale diretto del Retail di Tim, così suddiviso:

- 13 negozi diretti
- 233 negozi di Tim Retail

e l'assetto commerciale indiretto del Retail di Tim

- 350 negozi in franchising
- 3650 rivenditori (dealer monobrand o multibrand e point)

È previsto che i 13 Negozi Sociali entreranno, attraverso il contratto di sublocazione, a far parte della società del Gruppo TIM RETAIL controllata al 100% da Tim, in maniera graduale da settembre 2020. Il personale in forza, in totale 115 lavoratori, sarà reimpiegato in Tim prioritariamente su ruoli di vendita ed in particolare sulla nuova figura del TLE (Tim Local Expert) focalizzata sull'acquisizione di nuovi clienti e sulla cura del segmento Small Enterprise/SOHO.

NEGOZIO SOCIALE	Data chiusura TIM	Data consegna a TIM RETAIL
NAPOLI	entro agosto 2020	entro settembre 2020
GENOVA	entro settembre 2020	entro ottobre 2020
MILANO Cordusio	entro ottobre 2020	entro novembre 2020
BARI	entro ottobre 2020	entro novembre 2020
MILANO Centrale	entro gennaio 2021	entro gennaio 2021
ROMA Liegi	entro gennaio 2021	entro gennaio 2021
TORINO	entro febbraio 2021	entro febbraio 2021
PALERMO	entro febbraio 2021	entro febbraio 2021
MILANO Fontana	entro marzo 2021	entro marzo 2021
CATANIA	entro marzo 2021	entro marzo 2021
BERGAMO	entro marzo 2021	entro aprile 2021
ROMA Fiumicino	da definire	da definire
ROMA Termini	da definire	da definire

UGL Telecomunicazioni pur comprendendo la valenza dell'operazione dal punto di vista della segmentazione per settore, ha espresso perplessità, proprio nell'ottica di fidelizzazione del cliente, sulla rinuncia aziendale a voler chiudere l'ultimo "contatto diretto" con la clientela.

BUSTA PAGA mese luglio Gruppo TIM

L'Azienda ha comunicato che anche questo mese anticiperà lo stipendio di luglio il giorno 24.

Nella prossima settimana si aprirà anche il confronto sul lavoro remotizzato che deve dare risposte, come più volte ribadito da questa O.S., concrete e certe in ambito non solo economico e normativo ma soprattutto di sicurezza sul lavoro.

Roma, 9 luglio 2020

La Segreteria Nazionale