

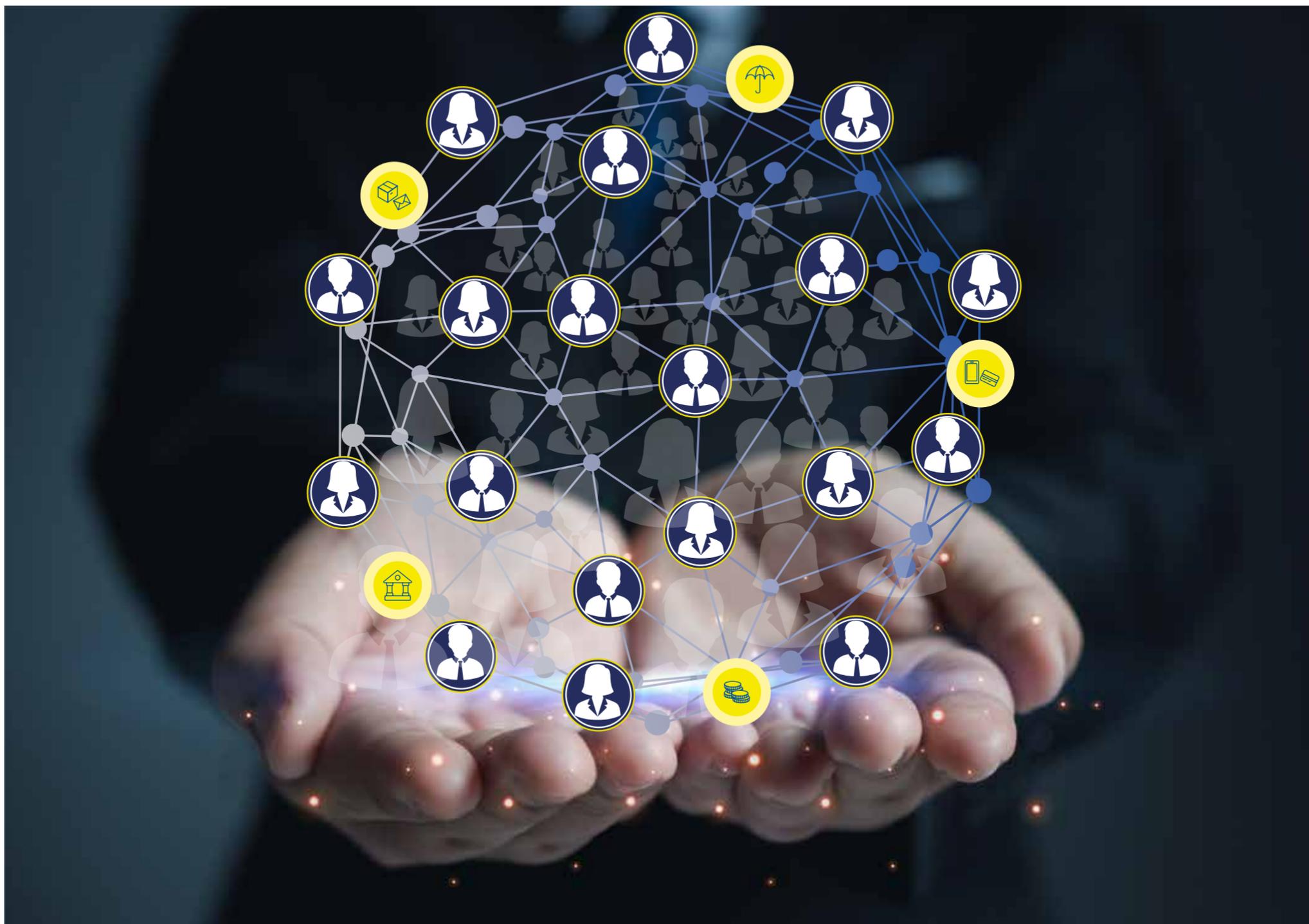
L'INTERVISTA

Saluzzi: «Negli uffici postali conta il fattore umano»



REPORTAGE

Così il call center di Poste si prende cura dei clienti



Il cliente è il nostro tesoro

Viaggio alla scoperta della relazione profonda tra Poste Italiane e i cittadini, dal supporto fisico degli uffici postali al contatto personale con la consulenza

L'INSERTO | I nostri reportage dal territorio

Risparmio e filatelia nell'ufficio postale del **centro di Rieti**



All'**UP di Tropea** insieme ai turisti dell'estate 2023



I "riti" quotidiani per fare squadra nel **CD di Marsala**





storia di copertina

L'intervento durante la tappa romana degli incontri territoriali con i vertici

Venier: «Da cliente alle Poste con mia madre all'orgoglio di essere vostra testimonial»

La storica conduttrice di "Domenica In" ha parlato della sua esperienza nella campagna pubblicitaria dell'offerta Energia:

«Mi emoziono ricordando quei momenti all'ufficio postale nel giorno del ritiro delle pensioni, Poste fa parte della vita di tutti noi»

Ha fatto irruzione a sorpresa, tra lo scrosciare degli applausi di 1.000 dipendenti di Poste Italiane, con la confidenza che solo chi entra da quarant'anni nelle case degli italiani può avere con il pubblico: «Sono molto onorata di essere qui, anche se ho un treno in partenza e un marito alla stazione che mi sta aspettando», ha detto Mara Venier guadagnando da subito i sorrisi della platea del palco del Centro Congressi La Nuvola, dove, lo scorso 5 settembre, si è svolta la tappa romana del tour territoriale dei vertici di Poste. «Mi è appena arrivato un messaggio di

«Durante la mia carriera ho ricevuto tante proposte di spot, ma con voi è stato un colpo di fulmine»

una mia amica che è a Milano: mi ha scritto "senti Mara, non ne posso più, ogni 50 metri c'è una macchina con la tua fotografia". Sì, perché la zia Mara, oltre a essere da 15 anni la conduttrice di Domenica In, è dal mese di febbraio 2023 testimonial di Poste Energia, un prodotto che ha già convinto oltre 350mila italiani sottoscrittori dell'offerta luce&gas. La campagna pubblicitaria è entrata da poche settimane nella seconda fase, con il lancio dei nuovi spot che la vedono protagonista.

Un colpo di fulmine

Accolta sul palco dall'Amministratore Delegato Matteo Del Fante, dal Condirettore Generale Giuseppe Lasco e intervistata dal Direttore Comunicazione di Poste Italiane, Paolo Iammatteo, Mara ha parlato innanzitutto della sua esperienza di testimonial:



Mara Venier alla convention di Poste, al Centro Congressi di Roma lo scorso 5 settembre, con l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante e il Condirettore Generale Giuseppe Lasco. Sotto, un'immagine della campagna pubblicitaria di Poste Energia con Mara Venier

«Devo essere molto onesta - ha spiegato la conduttrice - nel corso di una carriera come la mia le offerte pubblicitarie arrivano. Con voi è stato un colpo di fulmine, come quando ci si innamora, io credo nel colpo di fulmine: mi è capitato con mio marito. Con Poste Italiane - ha proseguito - è stato lo stesso, perché c'è stata una grande empatia personale tra di noi: al di là del lavoro e di tutto quello che ne consegue, io cerco sempre di basare il mio lavoro sui rapporti umani. Con voi - ha ribadito - c'è stato amore a prima vista: ecco perché sono qua».

Poste siamo noi

Mara non ha nascosto l'emozione di vedersi per strada, sulle auto e sulle vetrine di Poste Italiane: «Nonostante sia ancora qua, come dice Vasco, dopo tanti anni ancora mi emoziono e con Poste italiane mi sono emozionata, forse perché - ha aggiunto - Poste fa parte della nostra vita, Poste siamo noi persone», ha sot-

tolineato la conduttrice evocando i momenti particolari che la legano all'Azienda: «Ricordo quando accompagnavo mia mamma a ritirare la pensione, mi riconoscevano perché ero già abbastanza famosa. Mi dicevano "passi avanti" ma io rifiutavo, sono diventata anche amica del direttore. Ecco - sospira Mara - in quelle attese, nel giorno canonico del ritiro della pensione, si aveva modo di conoscere le persone, ci mettevamo a parlare e veniva fuori la vita di ciascuno. Poste Italiane è anche questo: è la nostra vita, fa parte della nostra vita».

L'incredibile notorietà

Abituata a grandi ascolti televisivi, amata da generazioni di spettatori che l'hanno seguita come una di famiglia soprattutto nei pomeriggi domenicali, Mara Venier è rimasta comunque stupita dell'ulteriore notorietà che la campagna di Poste Energia le ha regalato: «Mi era stato detto che avremmo dovuto fare molte cose, ma io non mi ero resa bene conto delle conseguenze. Un giorno, improvvisamente, ho aperto i quotidiani ed ero su tutte le prime pagine, così come in radio e in tv. Mio nipote per strada guarda le macchine e dice "ancora nonna". Grazie a Poste Italiane mi riconoscono anche i bambini, ed è bello. Trovo che sia stata una strategia pubblicitaria molto forte», ha concluso la Venier, prima di rivolgersi scherzosamente all'Ad Del Fante e al Condirettore Lasco: «Ma poi come è andata? Abbiamo raggiunto gli obiettivi?». «Oggi tagliamo il traguardo dei 350mila contratti», ha risposto Del Fante prestandosi al simpatico show di Mara sul palco, prima di un selfie finale che la conduttrice ha condiviso sui suoi canali social, con tanto di cuori rivolti a Poste Italiane.



Inquadra i QR code per vedere i nuovi spot di Poste Energia con Mara Venier



Inquadra il QR code per vedere l'intervista di Mara Venier al Tg Poste



Poste news

il giornale del Gruppo Poste Italiane



Inquadra il QR code per vedere "Come nasce Postenews"

Postenews è il mensile del Gruppo Poste Italiane: notizie, reportage, interviste e focus su tutti i temi che coinvolgono le persone e il business di Poste Italiane, dalla sostenibilità alla logistica, passando per l'innovazione, i pagamenti digitali, la previdenza, il risparmio e la costante attenzione per il territorio. La redazione di Postenews cura i contenuti del quotidiano online www.tgposte.poste.it

DIRETTORE EDITORIALE
GIUSEPPE LASCO

DIRETTORE COMUNICAZIONE
PAOLO IAMMATTEO

DIRETTORE RESPONSABILE
GIUSEPPE CAPORALE

REDAZIONE
ENRICO CELANI
RICCARDO PAOLO BABBI
MARIANGELA BRUNO

MANUELA DEMARCO
ANGELO LOMBARDI
BARBARA PERVERSI
ERNESTO TACCONE
FRANCESCA TURCO

GRAFICA ED EDITING
AGENZIA
GIORNALISTICA
9COLONNE

CREDITI IMMAGINI
ARCHIVIO STORICO
DI POSTE ITALIANE

MARCO MASTROIANNI
9COLONNE
ANSA
I STOCK

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO
FILIPPO CAVALLARO
ANTONELLA DEL SORDO
MARCELLO LARDO
GIOVANNA LASALVIA
ISABELLA LIBERATORI
PAOLO PAGLIARO

POSTE NEWS
REGISTRAZIONE
TRIBUNALE DI ROMA
N.63/2018
DEL 22 MARZO 2018

REFERENTE PER LA STAMPA
POSTEL S.P.A.
VIA CAMPOBELLO 43
00071 POMEZIA (RM)



Crescere sostenibili.
Per un 2030 carbon neutral

CHIUSO IN REDAZIONE IL 28 SETTEMBRE 2023

PER I DIPENDENTI: SE NON DESIDERI PIÙ RICEVERE IL MAGAZINE POSTENEWS, PUOI EFFETTUARE UNA RICHIESTA INVIANDO UNA EMAIL ALL'INDIRIZZO REDAZIONEPOSTENEWS@POSTEITALIANE.IT È NECESSARIO ALLEGARE LA COPIA DI UN DOCUMENTO D'IDENTITÀ INDICANDO L'INDIRIZZO AL QUALE ARRIVA IL MAGAZINE E IL NOME DELLA SOCIETÀ DOVE SI PRESTA SERVIZIO.
PER I PENSIONATI: SE NON DESIDERI PIÙ RICEVERE IL MAGAZINE POSTENEWS, PUOI EFFETTUARE UNA RICHIESTA INVIANDO UNA EMAIL ALL'INDIRIZZO PENSIONATI@POSTEITALIANE.IT INDICANDO NOME, COGNOME E CODICE FISCALE

NEWS e STORIE su [TGPOSTE.POSTE.IT](https://www.tgposte.poste.it)

Le interazioni giornaliere sono in aumento Avvicinarsi sempre di più alle esigenze dei clienti è la chiave per crescere

L'Ad Del Fante: «Gli italiani si fidano di noi, la metà dei preventivi di Poste per Energia e Rc Auto si trasforma in un nuovo contratto»



Nella normativa sul mercato digitale la Commissione Europea definisce gatekeeper le aziende con un fatturato superiore a 7,5 miliardi e almeno 45 milioni di clienti. Ne fanno parte Amazon, Apple, Microsoft e altri big del settore. Il gatekeeper ha dei precisi obblighi nei confronti delle imprese e dei consumatori che utilizzano la sua piattaforma. Stando ai numeri, Poste Italiane si avvicina molto a questa definizione, visto che il suo fatturato ha sfiorato nel 2022 i 12 miliardi e che i suoi clienti - il nostro patrimonio più grande - sono 35 milioni. «Non siamo lontani dall'essere un gatekeeper», ha notato l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante durante gli incontri territoriali. Ogni giorno gli italiani entrano in contatto con Poste tra le 21 e le 23 milioni di volte, sempre più attraverso il digitale: «I clienti cambiano perché il mondo cambia, la pandemia ha cambiato le abitudini, ma noi ab-

Nord Ovest

15.816.000 abitanti
226.632 clienti medi giornalieri MP

Clients MIPA
17.149 imprese
3.583 PA

Nord Est

7.102.000 abitanti
100.732 clienti medi giornalieri MP

Clients MIPA
7.762 imprese
1.534 PA

biamo continuato a dare al cliente quello che gli serve» ha sottolineato Del Fante.
Per il Paese
Oggi, Poste Italiane sta raccogliendo i frutti del lungo lavoro iniziato sei anni fa, sempre dalla parte dei clienti - con nuovi prodotti e servizi - e al fianco del Paese, sia nel periodo dell'emergenza sia con l'avvio del progetto Polis nei Piccoli Comuni: «Ciascuno di noi, in ciascun contesto sociale, può con orgoglio dire che lavora in una azienda che sta facendo bene a se stessa e ancor prima al Paese - osserva ancora Del Fante - Vogliamo essere vicini ai nostri clienti: lo siamo già dal punto di vista fisico, dobbiamo continuare a esserlo assecondando le loro esigenze». Dall'e-com-

Centro nord

10.407.000 abitanti
173.392 clienti medi giornalieri MP

Clients MIPA
11.715 imprese
1.627 PA

Centro

8.831.000 abitanti
152.900 clienti medi giornalieri MP

Clients MIPA
10.922 imprese
9.224 PA

merce ai pagamenti digitali, dal risparmio postale alle nuove offerte come quella, importantissima, dell'energia.
Opportunità
I clienti che frequentano l'ufficio postale sono un patrimonio infinito di relazioni, dice Del Fante ribadendo l'importanza di un cambio di paradigma. «Dobbiamo affinare la visione strategica, essere vicini al cittadino permettendo a quel cliente di interagire nella maniera più facile con Poste: c'è il cliente che vuole andare in ufficio nella saletta, c'è chi vuole fare tutto online, in mezzo ci sono tante situazioni intermedie che verranno supportate da parte di un call center proattivo che aiuta il cittadino a prendere un appuntamento o andare avan-

Sud

11.843.000 abitanti
199.283 clienti medi giornalieri MP

Clients MIPA
6.645 imprese
1.849 PA

Sicilia

4.790.000 abitanti
65.615 clienti medi giornalieri MP

Clients MIPA
3.378 imprese
556 PA

ti nel percorso di acquisto. La nostra interazione con i clienti deve essere sempre più relazionale e non transazionale. Sono finiti i tempi in cui gli uffici postali si aprivano per il pagamento dei bollettini o il ritiro delle pensioni. Ogni cliente è un'opportunità e quindi deve trasformarsi in un'occasione di ascolto e proposta di un prodotto, un servizio, una soluzione. Negli interessi di Poste, ma anche del cliente stesso: «In questo nuovo modello di servizio c'è tutto il bene che ci ha portato la decisione strategica di non chiudere, ma di rimanere, nei piccoli centri. Tutto questo ci porterà traffico e confermerà la nostra affidabilità». Gli italiani, del resto si fidano di Poste: le statistiche, citate da Del Fante, dicono che il 50% dei preventivi che i clienti chiedono in ambito Luce&Gas e Rc Auto diventano nuovi contratti, un numero altissimo, un patrimonio da rispettare e valorizzare ogni giorno.

ANALISI

Con la strategia dell'omnicanalità si spalancano le porte al futuro

di PAOLO PAGLIARO



Dicono gli esperti di economia aziendale che i clienti di solito cambiano più velocemente del business, circostanza che spinge le imprese più attrezzate ad affinare i prodotti e a rivedere costantemente strategie e organizzazione. Per una grande azienda di servizi come Poste Italiane misurare gli umori dei clienti - dunque la loro soddisfazione e le loro attese - è il presupposto dell'attività d'impresa.

I numeri del monitoraggio

Nel 2022 il monitoraggio si è concretizzato in 1 milione di sondaggi continui e 40 mila sondaggi periodici. Un gruppo di lavoro composto da oltre 200 persone ha analizzato le segnalazioni di 40 mila addetti che lavorano in prima linea agli



sportelli degli uffici postali, gestendo complessivamente 26 milioni di contatti. Ne sono nate 381 azioni di miglioramento del servizio. Ogni sei mesi la qualità percepita è verificata anche da un istituto di ricerca indipendente, attraverso la rilevazione del Net Promoter Score (NPS). Il livello di soddisfazione (83% l'ultimo dato) viene misurato all'interno di campioni di clienti rappresentativi dell'universo di riferimento e, una

volta l'anno, messo in relazione anche con i principali competitor.

La strategia

La risposta più significativa alle nuove aspettative dei 35 milioni di italiani che utilizzano i servizi postali si riassume in una parola: omnicanalità. Cioè un modello di distribuzione che consente di erogare i servizi in modalità diverse e coerenti con i bisogni della clientela. Il primo canale è la rete fisica composta dai 12.750 uffici postali, dalla forza vendita dedicata alla clientela business e dalla rete logistica per il recapito della corrispondenza e dei pacchi. Il secondo canale comprende l'infrastruttura digitale e i punti di contatto remoti. Sono ormai diventati familiari a milioni di clienti indirizzi come il sito Poste.it e le app PostePay, BancoPosta,

PosteID, oltre alla app Ufficio Postale, che consente di prenotare l'appuntamento riducendo i tempi d'attesa o di tracciare una spedizione. Nella strategia omnicanal del Gruppo un ruolo cruciale è infine rappresentato dalle reti terze che sono state potenziate per garantire alla clientela di Poste Italiane una valida alternativa agli uffici postali per l'accesso ai servizi transazionali. E un'ampia rete ulteriormente potenziata nel corso del 2022 con l'acquisizione di LIS, che contava al 30 giugno scorso 55 mila punti di contatto. I canali fisici e quelli digitali dunque convivono e si integrano. E così si compie la transizione dal vecchio mondo al nuovo.



Inquadra il QR code per leggere su [tgposte.poste.it](https://www.tgposte.poste.it) gli articoli di Paolo Pagliaro



storia di copertina

Parla Massimo Porega, Responsabile Commerciale Mercato Privati

«Con i nostri clienti la parola d'ordine è rapporto relazionale»

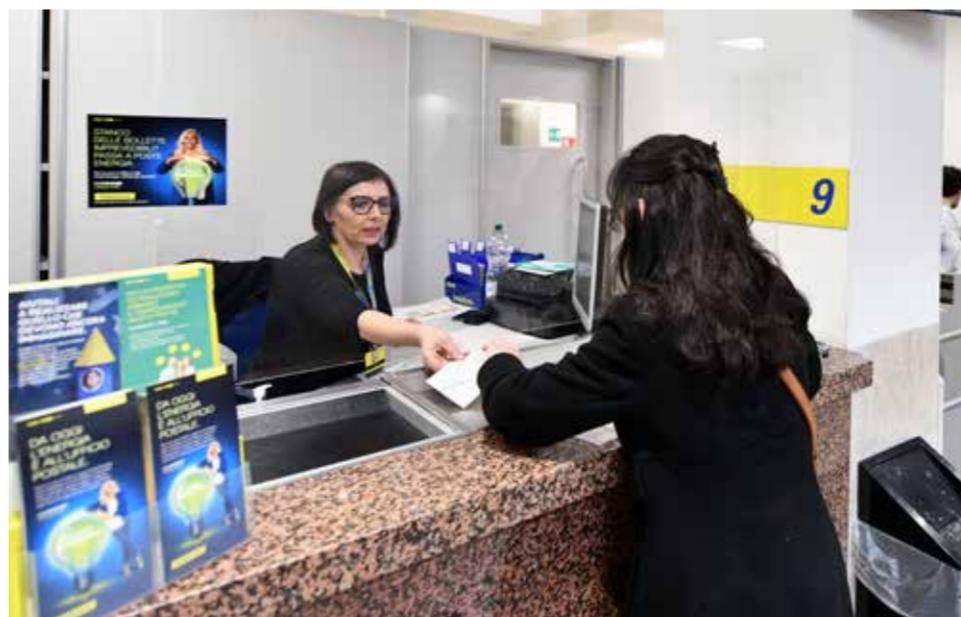
L'obiettivo è trasformare le attività allo sportello in «un utile momento di incontro con il cliente e un'occasione per condurlo a bordo delle nostre app e di tutta la nostra offerta di servizi»

Negli incontri commerciali in giro per l'Italia con la Rete, Massimo Porega ha spesso sintetizzato con «Il cliente siamo noi» una delle priorità di Mercato Privati. «Ciascuno di noi inevitabilmente nutre delle aspettative quando si pone nel ruolo di cliente: il consiglio che io condivido sempre con i colleghi è di mettersi nei panni della clientela e di chiederci come vorremmo essere trattati, se fossimo noi i clienti». Poche parole per rendere molto chiaro un concetto, che è poi l'obiettivo dell'Azienda: porre il cliente al centro.

«La presenza fisica capillare ci permette di instaurare un rapporto basato sulla consulenza»

Qualità e continuità

Oggi negli Uffici Postali il rapporto con i clienti si sviluppa su due importanti direttrici: la gestione in Sala Consulenza e l'operatività al Front End. Se per i clienti in sala consulenza, fondamentale è rispondere sempre meglio ai loro bisogni valorizzando la conoscenza attraverso la gestione della «portafogliazione», la vera sfida è certamente a Front End dove ogni giorno abbiamo l'opportunità di incontrare e gestire 1 milione di clienti che rappresentano un bacino unico sul quale evolvere il rapporto da meramente «transazionale» a «relazionale». È lui stesso ad illustrare come nasce questa relazione e quali sono i punti fermi per garantire qualità e continuità. «Per spiegare come si sviluppa il rapporto tra clienti e Poste



4.500
uffici con sala
consulenza

sul territorio, occorre partire dal ruolo di Mercato Privati – afferma – che vede la Rete degli uffici postali come il touchpoint fisico dell'offerta omnicanale di Poste. Infatti grazie alla capillarità, e alla presenza anche nei piccoli comuni, la

nostra Rete rappresenta un importante riferimento sul territorio sia per gestire al meglio, in ufficio postale, i bisogni della clientela sia per un ingaggio omnicanale dei clienti, attraverso le nostre app e la nostra offerta digitale. Infatti pur mantenendo il suo ruolo di protagonista «fisico» del Paese, Poste Italiane negli ultimi anni ha accelerato molto per rendere più competitiva l'offerta digitale, anche in considerazione del cambiamento delle esigenze e delle abitudini della propria clientela».

Una vicinanza «fisica»

Sono circa 4.500 gli uffici postali con un servizio di consulenza sempre attivo, mentre negli altri 8.000 uffici postali, localizzati principalmente nei piccoli comuni, l'attività di consulenza è comunque garantita da 1.000 consulenti «mobili», al fine di assicurare una solida relazione con i clienti.

1 mln
di clienti
serviti al giorno



Poste Energia ha dato all'Azienda un argomento in più per arricchire il numero di nuovi clienti

La fiducia

Poste può partire da un asset unico: la fiducia nel nostro brand, guadagnata giorno per giorno rimanendo fedele ai propri valori e ai propri principi. «Ad esempio, anche il recente lancio dell'offerta sull'Energia – spiega Porega – ci ha visto impegnati nel proporre un prodotto semplice, trasparente e senza sorprese, che ci ha consentito di soddisfare i nostri clienti ed ottenere da subito risultati importanti».

Avamposto relazionale

Nel percorso di evoluzione verso una relazione sempre più solida con la clientela, si inseriscono anche i nuovi Punto Poste Casa&Famiglia, che Porega definisce dei veri e propri avamposti relazionali: «All'interno degli uffici con maggiore afflusso, abbiamo realizzato uno spa-



1.000
consulenti
"mobili"

zio dedicato e facilmente individuabile dove i clienti possono in maniera comoda, anche prendendo un appuntamento, ricevere informazioni e sottoscrivere contratti ad esempio per fibra, energia, RC Auto, telefonia e carte prepagate. I feedback sono positivi, in particolare è molto apprezzata la possibilità di poter parlare con operatori esperti e qualificati, in casa Poste Italiane».

97%
Comuni italiani
in cui Poste
è presente



Punto Poste Casa&Famiglia le soluzioni e i servizi hanno "nome e volto"

Ad oggi sono attivi oltre mille punti in Italia: ecco tutti i servizi per i quali è possibile richiedere consulenza e attivazione



Punto Poste Casa&Famiglia è il nuovo spazio negli Uffici Postali con un operatore dedicato per trovare le soluzioni tra prodotti e servizi adatti alla famiglia. Un luogo pensato per valorizzare ancora di più la relazione con il cliente e sviluppare un rapporto duraturo nel tempo attraverso un'ampia gamma di prodotti, offerte e servizi del Gruppo Poste Italiane a cui si affianca la nuova offerta Luce e Gas. Ad oggi sono oltre 1.000 i Punto Poste Casa&Famiglia già operativi negli uffici postali in Italia, ma il numero è destinato ad aumentare ulteriormente.

Cosa si può fare nei Punto Poste Casa&Famiglia

I nuovi Punto Poste Casa&Famiglia nascono come punto di raccordo per soddisfare e supportare le esigenze della famiglia, con una gamma di prodotti e servizi studiati e modulati per diverse necessità. Sono disponibili le offerte di telefonia, sia mobile sia per la casa. Si può ad esempio cambiare il piano tariffario sottoscrivendone uno più conveniente o aderire ad un piano telefonico di PosteMobile Casa, disponibile anche nella versione con Fibra ultraveloce senza vincolo di durata, oppure attivare, sostituire o ricaricare una SIM. Sarà possibile sottoscrivere una polizza RCA Poste Guidare Sicuri, per assicurare l'auto di famiglia dai danni causati a persone o cose. Poste Guidare Sicuri offre, tra le garanzie di base, la guida libera, che consente ai componenti della famiglia in possesso di patente di guidare il veicolo

e la copertura per i danni causati da un passeggero a persone non trasportate. Si potranno sottoscrivere infine, garanzie opzionali acquistabili con il pagamento di un premio aggiuntivo. Presso il Punto Poste Casa & Famiglia è possibile richiedere anche ulteriori prodotti: il Libretto di Risparmio Postale, una forma semplice e sicura di risparmio, senza costi di apertura, gestione o chiusura, ad eccezione degli oneri fiscali, oppure il Buono Fruttifero Postale, che prevede una tassazione agevolata sugli interessi maturati e la garanzia del capitale. Oltre a richiedere il Libretto di Risparmio Postale e il Buono Fruttifero Postale, sarà possibile richiedere la PostePay Evolution, la carta prepagata dotata di IBAN che consente di accreditare lo stipendio o la pensione, di inviare e ricevere bonifici e di richiedere la domiciliazione delle utenze. Inoltre, per venire incontro alle esigenze di digitalizzazione nei punti Poste Casa&Famiglia il cliente può contare sul supporto dell'operatore per entrare e muoversi nel mondo delle APP e del digitale.

Il valore di una relazione dedicata

Ed è proprio la presenza di una relazione dedicata ad essere il vero fiore all'occhiello di questo nuovo spazio di Poste Italiane: la presenza di un Operatore che orienta il cliente verso le soluzioni più adatte alle sue esigenze, accompagnandolo nelle fasi della vendita, dall'accoglienza alla sottoscrizione del prodotto o servizio scelto.



storia di copertina

I Consulenti Premium descrivono il legame a 360 gradi che si crea con i clienti private

«Empatia, disponibilità e fiducia: in noi cercano un volto amico»

Oltre a rappresentare un punto di riferimento per le scelte di investimento, gli specialisti di Poste mettono a disposizione del target con elevata disponibilità la loro capacità di interpretare e misurare i bisogni reali, non solo finanziari, di chi si rivolge a loro

Una consulenza che va ben oltre il “semplice” portafoglio. I Consulenti Premium di Poste Italiane, una figura creata per seguire i clienti con elevata disponibilità economica, devono conoscere dubbi e obiettivi, problemi e desideri, di chi si rivolge a loro e in loro cerca una guida che non si ferma solo all’aspetto prettamente finanziario. Tra i clienti

premium c’è chi ha messo da parte i sacrifici di una vita, chi deve pianificare un complicato passaggio generazionale in famiglia, chi ha la responsabilità di un’impresa e perfino chi si trova all’improvviso a dover gestire un’ingente somma di denaro, frutto di un’eredità o magari di un’insperata vincita alla lotteria. Dall’altra parte ci sono i consulenti,

con le loro risposte e il mix di ingredienti che i clienti cercano: ascolto, comprensione, spiegazioni e orientamento sulle scelte da compiere e le strategie da adottare. Si tratta di una consulenza personalizzata, su misura, cucita addosso al cliente private: «Devono sentirsi sempre vicini alle loro necessità», sottolinea Carmen, Consulente Premium in

Sicilia. Una buona relazione con il cliente si crea anche attraverso il gioco di squadra e la relazione fra tutti i colleghi coinvolti nella consulenza Premium, a partire dal front-end: «C’è una linea sottile e invisibile che lega tutte le persone tra loro e con loro i clienti», sottolinea nella sua testimonianza Raffaele, consulente Premium a Latina.

«Orientamento e supporto per la realizzazione dei progetti»



Nikolina Adzic

Da gennaio 2022, sono referente Premium per la Macroarea Nord Ovest, in particolare per il Piemonte Nord e Valle d’Aosta. Ad oggi gestisco un portafoglio clienti con i quali mi relazio per le esigenze finanziarie, ma anche in ambito patrimoniale immobiliare e mobiliare esterno per cercare di orientare e supportare il cliente nella creazione e realizzazione di progetti. Come referente affianco i consulenti Premium nel territorio di competenza, supportandoli nella pianificazione e organizzazione. Grazie a questo ruolo, abbiamo una costante formazione che ci permette uno sviluppo professionale e personale.

«Ruolo stimolante che mi permette di dedicare tempo ai “miei” clienti»



Luca Conte

Sono Consulente Premium da giugno 2022. Credo molto nel ruolo che mi è stato affidato, che permette di fare consulenza in modo completo: per me rappresenta il futuro di questa professione. È un ruolo stimolante, un’evoluzione rispetto alla figura di consulente retail, in quanto riesco a dedicare molto più tempo ai “miei” clienti, attento a ogni richiesta o bisogno. Sicuramente la parte innovativa e divertente è quella relativa alla gestione del portafoglio e dei prodotti di investimento dei clienti. La personalizzazione e flessibilità dei prodotti Premium consentono di accompagnare i nostri clienti: questo l’aspetto più rilevante del mio ruolo, non lasciare niente al caso e porre molta attenzione ai dettagli.

«Con l’advisory desk li aiutiamo a bilanciare i loro investimenti»



Guglielmo Elia

Il mondo della consulenza finanziaria e gli scenari di mercato in continua evoluzione impongono di dare risposta alle esigenze finanziarie della clientela dotata di patrimoni rilevanti attraverso servizi e soluzioni d’investimento evoluti e personalizzati. Attraverso il modello di servizio Premium, Poste ha saputo cogliere questa sfida trasformandola in una straordinaria opportunità di crescita e di sviluppo sostenibile della filiera commerciale. Particolarmente apprezzato dai clienti è il servizio di advisory desk, che ci supporta nel monitoraggio e ribilanciamento costante dei portafogli e offre oltretutto l’opportunità di analizzare insieme ai clienti multibancarizzati gli investimenti detenuti presso altri intermediari. Per me è motivo di orgoglio ed entusiasmo contribuire quotidianamente alla realizzazione di questo progetto.

«Importante saper dare alle persone una visione a 360° del patrimonio»



Luigi Faraone

Essere consulente Premium vuol dire gestire il cliente non solo dal punto di vista della pianificazione finanziaria, dando al cliente una visione a 360° di tutto il suo patrimonio, quello detenuto in Poste e quello detenuto al di fuori, supportandolo nella gestione del patrimonio immobiliare e del passaggio generazionale, nonché fornendo consulenza assicurativa e assistenza fiscale e legale. Il cliente ha, attraverso il modello di servizio Premium, una visione olistica di tutto il suo patrimonio; questo ci permette di diventare il suo consulente di riferimento e aiutarlo lungo tutti i suoi bisogni ed esigenze, accompagnandolo nel suo percorso di vita. Come referente mi occupo anche del tutoraggio dei colleghi, valorizzando i loro talenti e aiutandoli nella pianificazione finalizzata al raggiungimento dei loro obiettivi e di quelli delle filiali di appartenenza.

«Vogliono punti di riferimento stabili e duraturi: noi ci siamo»



Gianluca Gaglio

Quando mi è stato proposto il ruolo di consulente Premium mi sono subito reso conto che era il giusto upgrade per la mia carriera: ho percepito un’importante evoluzione da parte dell’Azienda, che porta gradualmente a sensibilizzare e a gestire un target di clientela elitario verso un mondo finanziario più tecnico e accurato. La peculiarità di questo ruolo è avere la possibilità non solo di incrementare le proprie conoscenze tecniche tramite analisi finanziarie del mercato con soggetti autorevoli, ma anche la creazione di un rapporto significativo personale e professionale con i clienti, potendo essere per loro un punto di riferimento stabile e duraturo per ogni aspetto di miglioramento del loro patrimonio.

«È un lavoro di squadra: le relazioni che si creano determinano il successo dell’attività di consulenza»



Raffaele Gaito

Sono consulente Premium della Filiale di Latina. Questa esperienza è sicuramente affascinante e complessa. Gli aspetti che rendono l’attività stimolante è la possibilità di incontrare persone/clienti in contesti diversi coprendo un’area territoriale vasta. Conoscere i migliori clienti di ogni ufficio, dai più piccoli mono-operatore ai centrali mi permette di relazionarmi con un ampio spaccato del nostro tessuto sociale. Parlo di clienti e anche di persone, perché nell’attività di consulente Premium è ancora più forte la relazione che si instaura, proponendoci e diventando per loro guida e supporto in Poste Italiane. L’aspetto della complessità è dato dai numerosi attori coinvolti direttamente e indirettamente. A partire dal coordinamento con le strutture di Area e di Filiale fino a giungere ai singoli consulenti di sala, direttori e sportellisti. C’è una linea sottile e invisibile che lega tutte le persone tra loro e con loro i clienti. Sono delle relazioni che determinano l’esito positivo dell’attività. È un gran lavoro di squadra che coinvolge e gratifica più figure e che lo rende sicuramente affascinante.

NEWS e STORIE su [TGPOSTE.POSTE.IT](https://www.tgposte.poste.it)

«Le esigenze sono tante e mutevoli: noi ci poniamo come valore aggiunto»

Ho intrapreso questo percorso in azienda dopo sei anni trascorsi in sala consulenza in un ufficio centrale della Filiale di Udine. Quando mi hanno prospettato la possibilità di partecipare al colloquio per tale posizione ero assolutamente entusiasta. Il ruolo del consulente Premium è decisamente sfidante sotto molteplici aspetti: instaurazione e gestione della relazione con i colleghi; instaurazione e gestione della relazione con i clienti. Ma l'elemento a mio avviso più importante è quello di riuscire a trasmettere il valore aggiunto di tale servizio ai nostri clienti che ancora non hanno deciso di sceglierlo. Manutenzione del portafoglio, analisi del portafoglio presso terzi, patrimonio immobiliare e passaggio generazionale sono soltanto alcune delle attività e delle tematiche che mettiamo in campo per dare risposte complete alle mutevoli e differenti esigenze di cui i nostri clienti hanno bisogno. In definitiva, se dovessi trovare una parola per descrivere il nostro ruolo, posso dire "dinamismo" allo stato puro.



Federico La Pira

«Dissipando dubbi e incertezze trasmettiamo consapevolezza»

La mia avventura nel mondo Premium è iniziata a gennaio 2022 in un momento storico delicato, nel quale, da lì a poco, la guerra in Ucraina ha scosso il mondo umanamente e finanziariamente. Ricoprire un ruolo come quello del consulente Premium mi è servito a essere maggiormente utile a clienti e anche a colleghi, mi ha fornito ulteriori strumenti per dare supporto, maggiore vicinanza e attenzione nel dare risposte più dettagliate e puntuali agli interrogativi e dunque a dissipare dubbi e incertezze aiutando i clienti a comprendere meglio alcune dinamiche nei momenti difficili, cercando soluzioni per valorizzare e proteggere il loro patrimonio. Diventare Premium vuol dire avere la possibilità di poter fornire una consulenza dedicata con un'offerta di prodotti personalizzati in grado di ribilanciarsi e di adattarsi alle dinamiche del mercato e cogliere meglio le esigenze del cliente sia per proteggere e sia per cogliere opportunità di sviluppo più ampie.



Mirco Mello

«Faccio attenzione anche ai bisogni impliciti: seguo le famiglie in ogni scelta»

La gestione del cliente private è molto particolare e va curata nei dettagli tramite un'analisi attenta dei suoi bisogni anche impliciti. Durante la gestione di questo segmento di clientela ho notato che il cliente "tipo" è abituato al confronto e attento a valutare le alternative e i dettagli. È fondamentale che il consulente faccia sentire importanti i clienti e crei un rapporto di fiducia. Una prerogativa di questo lavoro è proprio instaurare un legame forte con il cliente, che viene seguito non soltanto dal punto di vista finanziario ma in tutte le decisioni più importanti della sua vita. La soddisfazione più grande è quella di essere diventata punto di riferimento per alcune delle famiglie che gestisco.



Mariaisa Mantione

«La mia massima: scopri ciò che il cliente vuole e aiutalo ad ottenerlo»

Essere Consulente Premium in Poste Italiane vuol dire rappresentare un punto di riferimento costante per il cliente, che viene accompagnato nella gestione dei propri risparmi in vista del raggiungimento degli obiettivi che intende conseguire. Ciò che più mi motiva nell'attività professionale che svolgo è far emergere i bisogni dei clienti che seguono, e trovare di volta in volta soluzioni su misura per ognuno di essi, anche attraverso il supporto di un team di professionisti in ambito investimento e protezione che ci affianca nella nostra professione. La massima, che costantemente seguo nel mio lavoro di consulente, rimane sempre la stessa: "Scopri ciò che il cliente vuole e aiutalo ad ottenerlo".



Francesco Marchesani

«La fiducia reciproca è alla base di una buona gestione»

Circa tre anni fa mi fidai dell'azienda che credette in me ed entrai nel canale Premium, senza conoscere bene questa nuova figura. Oggi so per certo che è una scelta che rifarei perché mi ha dato tante soddisfazioni. Mi ha consentito in primis di esplorare a fondo il mio territorio, di avere amici in tutti gli uffici postali della mia filiale, di confrontarmi con colleghi di tutta Italia e soprattutto mi ha consentito di essere il punto di riferimento di ogni singolo cliente del mio portafoglio. Gestire le esigenze dei principali clienti di Poste Italiane è molto stimolante ma non è un compito semplice. Essere consulente Premium significa andare oltre la semplice consulenza finanziaria in quanto viene a crearsi col cliente una confidenza reciproca basata sulla fiducia e sulla professionalità ricevuta. Spesso capita che si rivolgano a me anche per argomenti che esulano il mio lavoro e quando capita per me è la soddisfazione maggiore in quanto comprendo realmente quanto io sia diventato importante per loro.



Mauro Milite

«Fiducia e competenza, gli elementi chiave per un successo comune»

Ho 28 anni e sono consulente Premium della filiale di Roma 5 Ovest da quasi due anni. È un ruolo cruciale nell'offrire servizi finanziari personalizzati e una consulenza specializzata a clienti con elevato patrimonio. Il mio compito principale è gestire il patrimonio del cliente; fornisco una consulenza finanziaria approfondita e personalizzata per aiutare il cliente a prendere decisioni informate riguardo agli investimenti, alla pianificazione della pensione, all'assicurazione ed altre questioni finanziarie complesse; creo e gestisco portafogli di investimento diversificati per il cliente, bilanciando il rendimento e il rischio in relazione alla sua tolleranza. Il mio ruolo è quello di fornire consulenza finanziaria altamente personalizzata e servizi di gestione del patrimonio per aiutare i clienti a raggiungere i loro obiettivi finanziari e a proteggere il loro patrimonio. La fiducia e la competenza sono elementi chiave per stabilire una relazione duratura e di successo con i clienti.



Federica Palmieri

«Pronti a tutto: c'è anche chi ci chiama dopo una vincita alla lotteria»

Il fattore discriminante di successo è capire insieme al cliente quali siano le sue esigenze e i suoi obiettivi finanziari. Grazie al modello di servizio Premium, ideato e consolidato da Poste dal 2019, abbiamo la possibilità di incontrarci e confrontarci con il cliente più frequentemente rispetto al modello di consulenza tradizionale. Questo ci dà la possibilità di fare un'analisi puntuale e approfondita al fine di effettuare la migliore pianificazione finanziaria. Capitano le situazioni più disparate: dal cliente che ha vinto alla lotteria una somma ingente di denaro, e che vuole capire cosa farne perché non era preparato a gestire questo capitale, al grande imprenditore agricolo che si interfaccia con il mondo bancario fino ad arrivare alla cliente in pensione che vuole gestire i risparmi frutto di una vita di sacrifici.



Matteo Priano

«I clienti devono sentirmi sempre vicina alle loro necessità»

Diventare consulente Premium ha significato conoscere a 360 gradi tutto il territorio della mia Filiale e quindi conoscere ancora di più le persone che ne fanno parte, lavorare con loro, trovare nuove leve d'azione con ciascuna di loro e poi trovare gli argomenti giusti per offrire questo servizio ai nostri clienti, e definire anche una strategia con i propri responsabili. Essere referente per me significa guidare i miei colleghi consulenti Premium di area, supportarli, incoraggiarli; significa anche interfacciarsi con le loro Filiali ogni volta che lo ritengono opportuno; significa anche non dimenticarsi mai dei clienti, che devono sempre sentirmi "vicina" alle loro necessità.



Carmen Pulvirenti

«Abbiamo una grande responsabilità: cercare di regalare soddisfazioni a chi ci chiede aiuto»

Questa esperienza lavorativa rappresenta un passaggio fondamentale per una conoscenza tecnica sempre più puntuale circa il mondo degli investimenti. Considerando il target di clientela con cui ci si interfaccia quotidianamente, rappresenta un ruolo di grande responsabilità ma al contempo capace di regalare immense soddisfazioni. La collaborazione con più uffici postali permette, inoltre, di avere maggior contezza delle peculiarità del territorio.



Annanita Tarantini

«Da noi si aspettano competenza elevata, grande disponibilità e comprensione»

Il ruolo di Consulente Premium ci pone davanti un maggior numero di relazioni da coltivare con clienti interni (colleghi) ed esterni. Lavorare con un gran numero di colleghi mi ha permesso di instaurare rapporti di collaborazione che sono sfociati poi in un supporto e un confronto giornaliero. La gestione di clienti particolarmente rilevanti, invece, mi ha portato a una maggiore senso di responsabilità. Ovviamente instaurare un rapporto professionale è importante, da noi la clientela si aspetta competenze elevate, una maggior attenzione nei loro confronti e una grande disponibilità. Instaurare un rapporto umano, empatico e confidenziale è fondamentale.



Alessandro Volpi



storia di copertina

Il confronto dei Consulenti di Mipa con i grandi clienti

«Lavoriamo al fianco di Imprese e PA per migliorare il Paese»

La divisione di Poste che cura i rapporti con imprese, top client del mondo economico e con gli enti pubblici mette in prima linea trasparenza, efficienza ed esperienza

La divisione Mipa, dedicata ai grandi clienti, ha raggiunto risultati record negli ultimi anni, generando ricavi sopra i 3 miliardi, rispondendo ai cambiamenti di mercato e alle necessità del mondo che cambia. Attualmente, le imprese che si affidano a Mipa sono circa 250.000. Ma tra i clienti ci sono anche circa 8.500 pub-

bliche amministrazioni con le loro esigenze in termini di digitalizzazione e di snellimento della macchina burocratica, a cui si è aggiunta la recente necessità di far decollare il Progetto Polis di Poste Italiane, destinato ai Comuni con meno di 15.000 abitanti. Uno dei segni concreti che conferma il ruolo chiave della nostra Azien-

da per il Sistema Paese, nel contribuire ad accompagnare la trasformazione verso il digitale del rapporto tra cittadini e Pubblica Amministrazione. Cosa cercano i grandi clienti - aziende top ed enti pubblici - nella Divisione Mipa di Poste Italiane? Trasparenza, efficienza, interesse per lo sviluppo economico e il bene comune.

«Servizi su misura per soddisfare i bisogni di clienti strategici»



Raffaella Annamaria Battaglia

Sono entrata in Poste Italiane nel 2019 dopo 17 anni di esperienza in SDA. Attualmente svolgo il ruolo di Venditore Business nella Industry Altri settori. Gestisco clienti e aziende di primaria importanza e strategici, tra cui Philip Morris per il quale effettuiamo un servizio personalizzato di consegna delle sigarette elettroniche con la verifica della maggiore età dei destinatari riceventi, creato proprio per loro. Ho molto a cuore il mio lavoro. Ogni giorno è una nuova sfida e mi stimola molto approcciare un nuovo cliente e acquisirlo. In Poste sono cresciuta e, grazie ai miei capi e ai colleghi del mio team, ho imparato ancora di più il gioco di squadra.

«Siamo come degli imprenditori che devono massimizzare la soddisfazione del cliente»



Saverio Biceglia

Gestisco il Ministero della Difesa come Venditore Business nella PAC. L'attività, oltre a essere stimolante dal punto di vista professionale, per la tipologia dei servizi offerti e il livello elevato di interlocuzione, ti responsabilizza. Essere l'artefice del successo della vendita di un servizio ti fa sentire come un imprenditore che massimizza la soddisfazione del cliente e la ricchezza della propria azienda.

«Un mix di soluzioni digitali e tradizionali: ecco cosa chiede oggi il mercato»



Domenico Bitetto

Lavoro nel segmento Top Business per i servizi postali e di comunicazione. Le nostre soluzioni coprono una vasta gamma di opzioni, spaziando dalla gestione delle comunicazioni cartacee a quelle ibride sino ad arrivare al supporto nei processi di dematerializzazione. Credo che la sinergia tra soluzioni tradizionali e digitali sia ciò che oggi ci consente di essere sempre in linea con le aspettative del mercato.

«Porto nei Comuni soluzioni innovative per chi è in difficoltà»



Emanuele Alecci

Mi occupo di Pubblica Amministrazione e ho stretti rapporti con vari Comuni. Il volontariato mi ha insegnato l'importanza dell'ascolto. E questo mi è servito nella mia attività. Ho occasione di incontrare sindaci, amministratori e funzionari. Non vendo più prodotti ma da tempo propongo loro soluzioni. Non è più una semplice vendita, ma una consulenza che aiuta i Comuni a fare un salto innovativo, simile a quello che Poste mi ha insegnato a fare. Ultimamente, insieme a molti colleghi e al mio coordinatore, sto cercando di sfruttare la grande potenzialità dei nostri primi "ambasciatori di comunità", i portalettere, per offrire semplici servizi di prossimità a sostegno degli anziani soli in difficoltà che vivono nelle nostre città.

«Nel foodtech per combattere lo spreco alimentare con le aziende»



Alessandro Apolloni

Nato a Roma nel 1989 e papà da qualche mese, ho iniziato la mia carriera in Poste Italiane nel 2017 all'interno della Business Unit MIPA e dal 2022 ricopro il ruolo di Venditore Business nel vertical Food&Grocery&Pet. Il mio principale cliente è Too Good To Go, azienda foodtech attiva nel contrasto allo spreco alimentare, che si è affidata a noi per il lancio del suo nuovo progetto "Box Dispensa". Per il cliente gestiamo la logistica nel magazzino SDA di Vidugolfo e ci occupiamo della consegna delle box su tutto il territorio nazionale.

«In diretto contatto con i vertici delle aziende più importanti d'Italia»



Marco Bomben

L'approccio al cliente è quello di partnership per una relazione duratura e soddisfacente. Oltre al core su corrispondenza e comunicazione, il Venditore Business relazionale è ingaggiato in un'attività cross rispetto a tutte le altre aree business aziendali, curando tout court la relazione con il cliente. Non ci si annoia mai, ma soprattutto si ha l'opportunità di entrare in contatto diretto con i vertici delle maggiori aziende del Paese, apprendendo specificità e punti di forza che possono essere condivisi al fine di garantire la messa a terra nel contesto variegato della nostra offerta, tenendo conto delle specificità di ciascuno.

«Anche nel terzo settore fiducia reciproca per il raggiungimento di obiettivi condivisi»



Giorgio Fiorini

In Poste da 20 anni, dal 2017 in MIPA, prima come Team Leader e da un anno come Venditore Top Business nel comparto Posta e Comunicazione, dove seguo i principali clienti del terzo settore. L'Account Manager è il punto di incontro tra l'azienda e il cliente. Il ruolo prevede la collaborazione quotidiana con i clienti e la creazione di reciproca fiducia per il raggiungimento di risultati condivisi. Ad esempio, per Save the Children siamo riusciti ad aggiudicarci la fornitura relativa alla stampa, lista indirizzi e recapito, partendo dall'attività di mero recapito per la campagna Natale 2023 destinata alla raccolta fondi.

«L'ascolto attivo crea un vantaggio competitivo e di reputazione»



Roberto Capparucci

Dal 2015 sono in Poste Italiane come Venditore Top Business. L'approccio consulenziale e progettuale derivato dalle mie precedenti esperienze professionali sostiene il mio rapporto con i clienti: l'ascolto attivo, l'empatia e il supporto continuo creano un vantaggio competitivo e una reputazione di eccellenza commerciale che porta risultati nel tempo.

«Storici e nuovi: tutti i clienti hanno bisogno di solidità e sostenibilità»



Mauro Di Mascio

Come venditore del Vertical Vendite elettronica, telecomunicazioni e banking, Produttori e distributori di dispositivi elettronici, mi trovo spesso ad essere coinvolto in progetti in cui importanti brand valutano cosa possono fare al loro interno oppure all'esterno della loro azienda, terziarizzando. E qui la scelta di "far fare a Poste Italiane" deve rispondere a requisiti di solidità, esperienza, sostenibilità e innovazione.

«Con Postarget GEO aiuto imprese e start up nel loro business»



Lorenzo Floria

Sono Venditore Relazionale del comparto Medium dell'area Lombardia e Nord Ovest. Il mio percorso di studi mi ha portato a conseguire una laurea in comunicazione. Lavoro in Poste Italiane da dieci anni e da sette sono venditore; mi è sempre piaciuto fare scouting ed esplorare nuove aree di business. Negli ultimi tre anni ho concentrato la mia attività sulle start up e sulle aziende che fanno delivery, proponendo loro il Postarget GEO per aiutarli a far crescere il loro business attraverso invii cartacei massivi.

«Capire le esigenze del cliente è sempre il punto di partenza»



Giustiniano Giustiniani

Sono arrivato in Poste con l'acquisizione di Nexive, dopo quasi 35 anni di lavoro come venditore in società multinazionali attive in diversi settori. In Poste opero in uno dei gruppi Large nell'area Lombardia Nord Ovest. La parte più importante del mio lavoro consiste nel capire le esigenze dei clienti offrendo loro il servizio di recapito più appropriato - sia fisico che digitale - in termini di costi e prestazioni. È un'attività complessa, ma può diventare semplice se si riesce a capire bene di cosa ha bisogno il cliente. Una dote fondamentale per riuscire in questo è la curiosità. Chiedere sempre, anche le cose più scontate, e mai dare nulla per assodato.

«La nostra offerta per i clienti top dell'Health&Beauty»



Alessio Luzzi

In Poste Italiane mi occupo della vendita di corriere espresso per i clienti Top del settore Health&Beauty. Affrontare una mutata dinamica di mercato insieme a un'emergenza sanitaria è stata la più grande sfida che noi commerciali ci siamo trovati davanti. Un caso che rientra in questo scenario è il cliente Talea Group Spa, uno dei più importanti e-commerce in Italia nel settore Health&Beauty. Insieme abbiamo deciso di sfruttare la nuova offerta Poste delivery Business per poter essere al passo delle sempre più evolute esigenze dei destinatari. Questo ha permesso a Talea di poter cogliere in pieno tutte le potenzialità della nuova offerta dall'integrazione della Rete Punto Poste, l'utilizzo dello Scegli Tu e dell'accessorio Poste Delivery Now.

«Disciplina, costanza e impegno per "correre" con i clienti»



Sandro Manganello

In qualità di top account mi occupo delle aziende corporate italiane ed estere all'interno del comparto logistica e pacchi. La mia attività è costantemente incentrata sull'adesione e sul rispetto di un codice etico e di un insieme di valori che ho trovato in Poste Italiane e in cui mi identifico totalmente. Codici di condotta che mi sono particolarmente utili data la complessità del ruolo e che richiede che io sia punto di riferimento, sia per i clienti del mio portafoglio che per la mia azienda. Mi piace correre e nella corsa rivedo tanti punti in comune con il mio lavoro: la disciplina, la costanza dell'impegno, la cura del dettaglio, la capacità di variare il passo e affrontare i cambiamenti.

«Giustizia, con il Ministero per fare la differenza nella vita dei cittadini»



Serena Maracchioni

Da sette anni sono Venditore Business nella PAC per il Ministero di Giustizia, cliente eterogeneo, composto da Procure, Tribunali, Uffici Notifiche e Istituti Penitenziari, con circa 2.500 sedi distribuite su tutta Italia. Dobbiamo essere convincenti nel far capire al cliente come i nostri servizi possono migliorare la loro attività, ridurre i costi ed essere sempre più al passo con le logiche di semplificazione dei processi che impattano sull'utente finale: il cittadino. Fare il Commerciale per la PA è una vocazione, farlo per il Ministero di Giustizia è una scelta di vita. È un incarico complesso, delicato e strategico, ma soprattutto una fonte di grande soddisfazione quotidiana. Ho una profonda conoscenza del settore pubblico e una grande passione per il mio lavoro: sono riuscita a costruire un rapporto di fiducia con il Ministero di Giustizia e a contribuire al successo di numerosi progetti di digitalizzazione. Sono orgogliosa del mio lavoro e della mia squadra. Ogni giorno facciamo la differenza nella vita dei cittadini.

«Mi entusiasma la sfida di Polis: aiutiamo la PA a cambiare volto»



Alfonso Merlino

Ho 49 anni, sono stato in Postecom dal 2000 al 2016 e successivamente in Poste Italiane occupandomi prevalentemente di progetti digitali. L'esperienza acquisita in questi anni mi ha permesso di conoscere e confrontarmi con le diverse anime della nostra azienda e di valorizzare il mio attuale ruolo di Venditore Business nella PAC. In quest'ultimo periodo grande attenzione è dedicata al progetto Polis, di cui sono referente per la struttura commerciale. La sfida che maggiormente mi entusiasma è la continua collaborazione e sinergia con le diverse amministrazioni portatrici di istanze ed esigenze da tradurre in servizi semplici e accessibili da "punti di accesso unici" vicini ai cittadini. Il progetto Polis incarna perfettamente sia le peculiarità del lavoro del Venditore PAC sia i valori della nostra Azienda, che riesce a far coesistere asset fisici e digitali, confermando il suo ruolo centrale per il sistema Paese, contribuendo ad accompagnare la trasformazione verso il digitale del rapporto tra cittadini e PA.

«Gestisco Intermediari e Riscossori con un approccio collaborativo»



Santi Mondello

Il mio ingresso in Azienda è piuttosto recente, ma da subito ho avuto occasione di confrontarmi con il mondo dei Clienti Top di Poste Italiane. In particolare, gestisco Intermediari e Riscossori, categorie di clienti che necessitano di molta cura e attenzione quotidiana, con approccio positivo e collaborativo. Dal 2023 sono stato proposto come Champion interno per la Piattaforma Notifiche e per i servizi Microsoft: una ulteriore sfida da accogliere che mi sta permettendo di relazionarmi ancora di più con i colleghi coinvolti nei due progetti, e approfondire aspetti specifici del nostro business.

«Sono orgoglioso di contribuire alla digitalizzazione della Sanità»



Marco Pistelli

Il focus del team di MIPA del quale faccio parte è la vendita dei servizi di Poste per la Sanità e la digitalizzazione della PA. In questo primo anno ho vissuto un'esperienza che mi riempie di orgoglio e che mi ha dato il privilegio di essere parte del continuo impegno di Poste al servizio del nostro Paese, su tematiche innovative come la transizione digitale della PA e la trasformazione di tutto il comparto della Sanità. Il mio lavoro consiste nel gestire le connessioni degli Enti clienti, nel raccogliere il fabbisogno e nel relazionarmi con le diverse funzioni e società di Poste coinvolte nella progettazione e nella realizzazione della soluzione. Gli aspetti che amo del mio lavoro sono la relazione con il cliente, l'impegno costante a trovare soluzioni alle sue esigenze e la possibilità di interagire con le diverse professionalità delle varie strutture del gruppo Poste, arricchendo il mio bagaglio di conoscenze.

«Da noi soluzioni personalizzate per ottenere i risultati»



Francesca Ricci

Sono Venditore Specialista nell'ambito finanziario. Difficile racchiudere brevemente la mia esperienza lavorativa in Poste Italiane, ma posso dire che Poste mi offre quotidianamente l'opportunità di rapportarmi con l'Italia che produce e affiancare le imprese per fare business. Io e i miei colleghi offriamo servizi personalizzati di Acquiring e Incasso, affinché il cliente possa raggiungere i propri obiettivi grazie anche alle soluzioni tecnologiche innovative che Poste sta sviluppando in questo periodo.

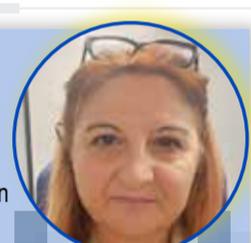
«La fiducia dei clienti alimenta la mia passione e il mio entusiasmo nel realizzare i progetti»



Simone Rufini

C'è quel momento nella relazione con i clienti in cui realizzo di essere riuscito ad accreditarmi conquistando la loro fiducia. Quando ti rendi conto di essere diventato un punto di riferimento per il loro business, e ti viene riconosciuta competenza e professionalità. C'è quel momento in cui vedi che lo scenario, il progetto, che hai presentato al cliente inizia ad essere valutato positivamente; in quei momenti che precedono la stretta di mano a conclusione di un accordo firmato vedi che gli obiettivi di vendita sono raggiungibili. Da nove anni faccio il venditore e quello che spinge il mio entusiasmo è la passione alimentata da questi momenti.

«Dai Piccoli Comuni ai Top Manager, offriamo trasparenza e professionalità»



Daniela Russo

Quotidianamente mi relaziono sia con la PA che con le imprese e questo richiede molta duttilità. Il servizio Tesoreria e gli incassi tramite PagoPa rappresentano una sfida per molti piccoli Comuni in cui spesso sono uno o al massimo due persone a gestire la Ragioneria. Accompagnarli nel percorso mi fa sentire utile in maniera pratica e tangibile. Nel Mercato delle Imprese, gli interlocutori sono manager di esperienza, le cui aziende hanno già rapporti consolidati con le banche e l'unico linguaggio possibile è quello della professionalità e della competenza. Quando però professionalità e competenza si uniscono alla trasparenza ed eticità di Poste, il risultato è sorprendente.



storia di copertina

Cortesìa, trasparenza, correttezza: la customer experience è un pilastro dell'Azienda

Ecco come Poste monitora la qualità dei suoi servizi

Poste valuta in tempo reale la qualità erogata e percepita dai clienti con strumenti diretti e tecnologici, garantendo un continuo miglioramento dell'esperienza e avvalendosi di intelligenza artificiale e misurazione dei dati dal web

Offrire ai clienti un'esperienza unica all'interno di un contesto di rapida evoluzione come quello in cui si muove Poste Italiane è uno dei principali obiettivi dell'Azienda. La presenza sempre più ampia di dispositivi mobili, social network, e-commerce e multichannel rende infatti necessario stabilire un rapporto di fiducia con il cliente, intercettando i cambiamenti nelle abitudini e nei comportamenti. Cortesìa, trasparenza, correttezza e imparzialità sono valori raccolti all'interno del Codice Etico ed assicurano a Poste Italiane una corretta e proficua gestione del rapporto con i clienti.

Un miglioramento continuo

Poste monitora la qualità erogata e percepita dal cliente, sia a livello relazionale che transazionale, tramite l'impiego di risorse di qualità della funzione Corrispondenza, Pacchi e Distribuzione, di-

Vengono analizzati costantemente i feedback dai social, dalle app e dai forum



tribuite a livello territoriale e centrale, che effettuano attività mirate di misurazione, prevenzione e miglioramento per il conseguimento degli obiettivi aziendali. L'Azienda utilizza poi un servizio di Web Opinion Monitoring (WOM) per raccogliere e analizzare i dati dai social network, store delle app, recensioni degli Uffici Postali su Google Maps, fonti di informazione online pubbliche, blog e forum. A livello organizzativo, attraverso l'area dedicata alla gestione del canale digitale, attivata per consentire il miglioramento continuo dei KPI di experience rilevati sia dall'ascolto cliente che dall'analisi delle fonti esterne, fino al 2022 sono stati effettuati oltre 700 interventi. Tra i principali rilasci si evidenziano: la possibilità per i clienti di acquistare in modo semplificato i principali prodotti online (Carta Postepay Digital, Conto corrente, Libretto Minori, Prestiti), l'evoluzione e l'innovazione della Home page delle app Postepay e BancoPosta, la possibilità per i clienti di prelevare senza l'utilizzo della

carta presso ATM Postamat utilizzando le app, l'abilitazione delle domiciliazioni delle utenze, la possibilità di consultare le proprie ricevute dei pagamenti effettuati online e in Ufficio Postale direttamente in bacheca, e la possibilità di richiedere online e consultare in bacheca la dichiarazione ISEE.

L'aiuto dell'AI

Poste riconduce a carico della funzione "Servizi di Assistenza Clienti" il sistema di raccolta e gestione dei reclami, con l'obiettivo di indirizzare e guidare le aspettative del cliente attraverso una serie di soluzioni personalizzate. Così il Gruppo costruisce una "customer journey" di assistenza per ogni segmento di business, adottando strumenti tecnologici sempre innovativi. Con il diffondersi dell'intelligenza artificiale, Poste Italiane è riuscita ad incrementare del 10% i contratti gestiti nel 2022 rispetto al 2021, con una incidenza dell'AI pari al 39% del gestito (nel 2021 era pari al 33%).

PostePay tra i "Top contact center 2023-2024" grazie all'assistenza ai clienti Postemobile

Per il secondo anno consecutivo, PostePay è risultata tra le aziende che si sono distinte nell'ambito del supporto ai clienti in Italia nella categoria "Telecomunicazioni". Il risultato è frutto di un'indagine condotta dall'Istituto tedesco qualità e finanza (Itqf) e il quotidiano La Repubblica A&F con l'obiettivo di restituire ai consumatori una valutazione sulle eccellenze in questo specifico ambito. Lo studio ha analizzato il gradimento espresso da oltre 122.000 consumatori che hanno usufruito dei tre principali canali di contatto delle aziende prese in esame – telefonico, chat e e-mail – con riferimento a 200 importanti aziende attive in Italia in 31 diversi settori merceologici. PostePay SpA si è posizionata tra i migliori e ha ottenuto l'attestato "Top Contact Center 2023-2024" per l'assistenza Clienti Postemobile. Il riconoscimento premia la strategia dell'intero Gruppo Poste Italiane basata sulla valorizzazione della relazione con il cliente durante tutte le sue fasi: dall'acquisto di un prodotto/servizio, all'utilizzo, alla personalizzazione, alla richiesta di assistenza.



Premiata allo Smau per l'innovazione nei sistemi di customer care

Ogni anno Smau, la principale fiera italiana dedicata alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, consegna il Premio Innovazione alle imprese che hanno contribuito alla crescita del sistema Paese con proposte innovative e concrete. Tra i premiati di quest'anno anche Poste Italiane che ha introdotto un servizio di assistenza clienti intermediato dall'intelligenza artificiale via voce (voicebot) e chat (chatbot e appbot), con l'obiettivo di promuovere un radicale cambiamento culturale, organizzativo e tecnologico nel modello di assistenza. Si tratta di un riconoscimento ottenuto da Poste Italiane anche nell'edizione Smau 2019 per le caratteristiche dell'idea.



A PostePay l'Italy's Best Customer Service: promosse le competenze e l'orientamento al cliente

PostePay SpA figura tra le aziende premiate nella prima edizione della Italy's Best Customer Service 2022-2023. Il premio mira a individuare i brand con il migliore servizio clienti e fotografa una platea delle aziende che in Italia si sono distinte per un servizio clienti di alta qualità. La graduatoria è stata realizzata dal supplemento del Corriere della Sera - l'Economia in collaborazione con Statista GmbH, società internazionale di ricerca e analisi, che ha coinvolto il giudizio di circa 15.000 consumatori. La categoria per la quale PostePay si è classificata al primo posto è quella delle Compagnie di Telefonia Fissa e Internet, con il brand PosteMobile. Il sondaggio tra i consumatori ha preso in considerazione diversi parametri, tra i quali competenza professionale, comunicazione, disponibilità del servizio, orientamento al cliente, varietà del servizio.



STRUMENTI DI VALUTAZIONE

La soddisfazione del cliente? PCL la misura grazie a un cruscotto innovativo

di MANUELA DEMARCO



L'idea di dotarsi di un Cruscotto di monitoraggio, uno strumento che misuri le performance logistiche, è nata in PCL circa 10 anni fa con la trasformazione del mondo della corrispondenza e l'avvento dell'e-commerce, che ha rivoluzionato il business di Poste Italiane. Il cruscotto misura la qualità erogata dalla rete e le sue performance, permette di indirizzare piani azione e interventi sui KPI (indicatori) di qualità fuori target e consuntivare i risultati aziendali annuali. Il sistema raccoglie dati e informazioni dai nodi logistici presenti su tutto il territorio per fornire una visione a 360 gradi dei risultati raggiunti, mediante diversi canali e sistemi di rilevamento, come

il palmari dei portalettere, i sistemi di tracciatura dei Centri di Smistamento, i Sistemi di smistamento e tracciatura degli HUB e Filiali SDA e il Sistema di Tracking. Si tratta di una piattaforma in continua evoluzione che si adatta alle trasformazioni dei processi operativi e logistici. Il sistema permette oggi di avere una vista giornaliera dell'andamento dei risultati, dando una fotografia quasi in tempo reale delle performance della rete.

La qualità monitorata

I livelli di qualità monitorati dal cruscotto servono non solo per migliorare le performance, ma anche per aiutare il marketing e la forza vendita nel misurare l'efficacia dei servizi offerti e per supportare le vendite nelle trattative commerciali. Nel cruscotto

sono stati negli anni introdotti nuovi indicatori sensibili alle richieste dei clienti, come il successo della consegna al primo tentativo (FTDS) e il tasso di reclamo. Per raccogliere anche il punto di vista del cliente sulla qualità dei servizi, lo scorso anno, è nato il Cruscotto Qualità Percepita, un tool che monitora la percezione della qualità della consegna dei prodotti postali (posta registrata e pacchi), rilevata attraverso un sistema di survey inviate ai clienti destinatari dopo il servizio di consegna.

Uno strumento flessibile

Anche il cruscotto di Qualità Percepita, proprio per la sua peculiarità, è in costante evoluzione: racchiude

Il sistema raccoglie dati e informazioni dai nodi logistici su tutto il territorio

diverse sezioni di "domande" che fungono da guida sul sentiment del Cliente verso il servizio di recapito fornito da Poste Italiane. È uno strumento flessibile, che si evolve

nel tempo in coerenza con le survey che potranno essere lanciate e che: permette di classificare il tipo di survey effettuate, fornisce una vista di sintesi delle interviste e registra il numero e le tipologie di motivazioni di soddisfazione/insoddisfazione rilevate. Attraverso il risultato di queste interviste è possibile poi effettuare azioni mirate e capillari su tutta la nostra rete compresi i diversi partner logistici, in ottica di miglioramento continuo. Integrare e correlare le due diverse tipologie di misurazione, una prettamente di "logistica" e l'altra che esprime la "voce del cliente", permette di analizzare una grande quantità di dati, fondamentali per migliorare il nostro posizionamento nel mercato della logistica e imporci come leader di settore.





storia di copertina

Le storie dei clienti che frequentano l'ufficio postale di Piazza Bologna a Roma

«Ero venuta a chiedere informazioni sono andata via con quattro contratti»

Dall'offerta energia alle soluzioni per la telefonia, Maria Paola racconta: «Ho ricevuto le spiegazioni con chiarezza e professionalità». Fra amministratori di condominio e famiglie, allo sportello anche tanti studenti stranieri con i moduli per il permesso di soggiorno

di **FILIPPO CAVALLARO**



Persone anziane residenti in una delle zone più vivaci di Roma, studenti fuori sede, stranieri (tanti) alle prese con la richiesta di permesso di soggiorno. E poi, liberi professionisti,

amministratori di condominio e avvocati con il loro carico di atti giudiziari da spedire. L'ufficio postale di Piazza Bologna – quello che se lo guardi dall'alto ha la forma di un boomerang incastonato tra le ambasciate della via Nomentana, il Policlinico Umberto I, la Stazione Tiburtina e l'Università La Sapienza – è un enorme contenitore di vite e relazioni con i clienti: da qui ne passano oltre 500 al giorno, che significa 12-13mila al mese. Alle 11 di una mattina di metà settembre entra Therese, una ragazza francese che parla perfettamente l'italiano, iscritta a una laurea specialistica alla Sapienza. È venuta a prendere i moduli per il permesso di soggiorno. Poste Italiane glieli consegna in busta chiusa. Passano a prenderli anche tre ragazze albanesi, appena iscritte a Computer Science nella stessa università, e un 25enne israeliano che si specializzerà in Economia alla Luiss: mostra soddisfatto il plico – si chiama “yellow kit” – che poi riporterà compilato per l'invio alla questura. Paolo Bucarella, da un anno operatore di accoglienza in questa sede, racconta del suo contapassi che ne registra 15mila al giorno, molti dei quali compiuti avanti indietro dal totem all'armadietto dei moduli da dare agli stranieri. Il plico si ritira senza attese; Paolo ha anche il compito di invitare i clienti stranieri a prenotare il proprio turno allo sportello quando torneranno con i moduli firmati, spiega Daniele Fatello, Responsabile della Gestione Operativa della Filiale Roma Nord, che ha sede ai piani superiori dell'ufficio postale diretto da Gianluca Sbaraglia, da poco entrato in carica. Ma la figura dell'Oda Paolo è fondamentale anche per dirigere il traffico: un po' vi-



Claudio, Maria Paola e Pasquale, affezionati clienti dell'ufficio postale di Piazza Bologna, nei pressi della città universitaria e del Policlinico Umberto I della Capitale

gile, un po' “portiere”, nel senso calcistico del termine, Paolo le para tutte ed è bravissimo nel gestire con un sorriso anche le richieste più strampalate, per fortuna solo una minoranza: da chi gli chiede se c'è un bagno a chi entra convinto di poter rinnovare allo sportello postale una carta di identità o una tessera sanitaria, fino agli eccessi di chi da Poste Italiane vorrebbe comprare uno smartphone.

I “fedelissimi”

Fra i tanti studenti – gli italiani per Postemobile, pacchi e Postepay, gli stranieri per il permesso di soggiorno – c'è uno zoccolo duro di clienti che qui si sente a casa. Claudio, su tutti: era titolare di una gioielleria qui all'angolo. Dodici anni fa ha chiuso ed è andato in pensione, il negozio dove ha trascorso 35 anni della sua vita è diventato una farmacia, lui continua a venire qui per le operazioni comuni allo sportello e per i prodotti di risparmio, gestiti dal suo consulente di fiducia, Roberto Ricci, diventato un amico: «Ci conosciamo da 15 anni, mi dà consigli e informazioni, mi risolve i problemi. A volte passo di qua anche solo per salutarlo. Mi sono sempre trovato bene con Poste Italiane». Assidua frequentatrice di questi sportelli e della sala consulenza di Marco Ciarafoni è Francesca, originaria della provincia di Salerno: «Ho cominciato a venire qui quando è nato mio figlio, 42 anni fa. Ogni mese versavamo qualcosa per lui e quando è diventato grande si è trovato un bel gruzzoletto». Francesca avrebbe uffici postali più vicini a casa sua:

«Ma mi piace venire qui anche per questo Palazzo, che è bellissimo».

Un posto piacevole

Maria Paola, residente poco distante da Piazza Bologna, insegnava biologia nelle università di Roma e L'Aquila: «Mi capita di venire a ritirare pacchi o raccomandate. Ma recentemente sono venuta per un altro motivo: volevo cambiare gestore telefonico, fisso e mobile, e dell'energia. Ero venuta solo a chiedere informazioni, sono tornata a casa con quattro nuovi contratti». È il mese di giugno 2023 quando Maria Paola fa la conoscenza di Chiara Convertino, referente Energia per la filiale di Roma Nord: «Ho trovato davanti a me una persona che, senza dare l'impressione di voler vendere a tutti i costi i prodotti, mi ha illustrato le tariffe e il funzionamento delle offerte in modo chiaro e professionale - spiega Maria Paola - Ebbene, le ho dato fiducia e ho sottoscritto

con Poste quattro nuovi contratti: per la telefonia, fissa e mobile, e per l'energia, per la prima e seconda casa». Maria Paola sottolinea un aspetto non trascurabile per molti clienti della sua fascia di età: «Il personale è molto migliorato sia dal punto di vista della gentilezza sia dell'organizzazione. È un posto piacevole, io aspetto il mio turno senza impazienza e a volte arriva anche troppo presto». Infine, c'è Pasquale, che non vuole dire di avere visto nascere le Poste di Piazza Bologna «ma poco ci manca». Suo padre era portinaio in via Agrigento e conosceva tutti i postini della zona. Seguito oggi dal consulente Gianluca Izzo, Pasquale tra le sportelliste riconosce alcune ex compagne di scuola delle figlie. «Quando entro mi sento in famiglia». Ma i suoi ricordi di Piazza Bologna non sono legati solo a raccomandate, buoni e libretti: «Quanti pomeriggi e quante notti ho trascorso sugli scalini. Con gli amici ci si dava appuntamento sulle scale dell'ufficio postale e magari ci si rimaneva a chiacchierare. Era un punto di riferimento come la lampada dell'Osram a Termini», dice citando un altro feticcio romano. «Non c'erano né la fermata della metropolitana né il traffico, c'erano tante banche che sono scomparse, i negozi sono tutti cambiati, solo l'ufficio postale ha resistito al tempo». ●

MILANO CORDUSIO

Nonni e nipoti insieme agli sportelli del centro: «Qui una gentilezza rara»

di **GIOVANNA LASALVIA**



Keiko ha una frangia lunga, lunghissima. Quasi copre i suoi occhi grandi. I capelli con i riflessi verdi e un lungo impermeabile. Partirà per il Giappone tra qualche giorno serena e più leggera: ha deciso che i regali per la sua famiglia li spedisce grazie al servizio di Poste che le consente di inviare documenti e pacchi in tutto il mondo. Il suo arriverà tra qualche giorno: zero stress, tanta comodità, massima praticità. Ming e Shui sono in vacanza, hanno comprato splendide cartoline da inviare ai loro amici in Cina: c'è quella col Duomo, quella con il Castello Sforzesco, il Cenacolo Vinciano, i Navigli, Sant'Ambrogio. In Ufficio Postale hanno comprato i francobolli, pochi minuti e sono lì fuori, alle cassette postali: “Per tutte le altre destinazioni”. È fatta. Kevin, invece, nonostante sia lì per ritirare una



La conduttrice Paola Saluzzi parla degli uffici postali

«Io cliente affezionata: è il fattore umano a darci sicurezza»

La giornalista: «Tutte le richieste vengono trattate con professionalità, bisogna ringraziare i dipendenti per la loro monumentale pazienza»



Paola Saluzzi conduce "L'ora solare" su TV2000

Per il sesto anno consecutivo conduce su TV2000 "L'ora solare", programma di approfondimento in cui raccoglie storie molto spesso legate al passato. Paola Saluzzi, amatissima conduttrice della tv della Conferenza Episcopale Italiana, racconta del suo legame con Poste Italiane e gli uffici postali in particolare, e della sua passione per un mondo di lettere e cartoline.

Paola, sei una cliente di Poste Italiane da tanto tempo: come è cambiato secondo te il mondo di questa azienda?

«Sono cliente almeno da vent'anni. Nel corso del tempo, ho visto mettere a disposizione del cliente qualsiasi tipo di servizio, a partire dalla telefonia. Ma questa modernizzazione non ha intaccato la qualità più bella che gli uffici postali possono vantare: il rapporto umano. Sono in eccellenti rapporti con una persona, Teresa, che era allo sportello dell'ufficio postale dove aprii il conto e con una giovane consulente, Raffaella, che mi ha "adottato" ora nell'ufficio postale di via Marmorata, e che riesce sempre a risolvere i guai che combino. Gli uffici postali restano un luogo fisico, di sicurezza, dove spedire, pagare,

ma anche ricevere suggerimenti: il fattore umano è importantissimo.

Sembra di sentire il racconto di un cliente di un ufficio postale di un piccolo comune, invece parliamo di Roma.

«È un ulteriore merito vedere questa attitudine: noto per esempio che nei confronti delle persone anziane c'è la professionalità

«Trovare l'insegna gialla di Poste in un paesino sperduto delle Dolomiti mi fa sentire a casa»

unita alla tenerezza. Non sto raccontando un mondo fatato, ma un mondo di grandi professionisti. E, soprattutto, non è un atteggiamento dedicato a pochi, ma a tutti. E noto anche che raramente venga risposto "non lo so". Oppure, un iniziale "non lo so" viene sempre trasformato in "aspetti che

chiedo a un collega". È piacevole vedere persone impegnate a risolvere i tuoi problemi con qualsiasi mezzo a disposizione. Ed è bello trovare un mondo che ti accoglie. In quest'ottica, ritengo fondamentale la capillarità: tre anni fa, subito dopo i lockdown, andai in vacanza a Laion, un piccolissimo paesino delle Dolomiti. Trovare l'insegna gialla di Poste mi ha fatto sentire immediatamente connessa al resto d'Italia, mi ha fatto sentire a casa».

Nella tua trasmissione, hai ospitato una portalettere da cinque generazioni. Ti affascina la storia delle Poste?

«Io scrivo ancora lettere, compro ancora carta da lettere, e ancora ne ricevo. Mi capita di riceverne alcune anche con il francobollo dentro, una forma di cortesia e di rispetto di altri tempi. Quando ero ragazzina l'arrivo del postino era un momento di festa. Mettersi sulla punta dei piedi, da bambini, e spiare nella cassetta della posta per vedere se era arrivato il messaggio che si aspettava è qualcosa che al pensiero ancora mi emoziona. I portalettere sono persone che detengono, per un determinato periodo di tempo, storie, sentimenti: non portano

solo lettere, portano pezzi di storia, di bene, di rabbia, di conoscenza di fatti. Dietro a una lettera c'è sempre un postino, qualcuno che ha messo un timbro, persone che hanno in qualche modo toccato quell'amore, quella notizia e quei valori. Il mio pensiero va inevitabilmente alla letteratura e al cinema: il Postino di Troisi, che consegnava le lettere al poeta Neruda, unica persona che le riceveva sull'isola, racconta egregiamente il senso di questo mestiere».

Che responsabilità devono sentire le persone che lavorano per Poste Italiane?

«Intanto devono ricevere un grande grazie per la loro pazienza. Dobbiamo ricordarci che se riversiamo su di loro i nostri problemi dall'altra parte c'è sempre una madre, un padre, una figlia, un figlio, una moglie o un marito che hanno anche i loro di problemi. Bisogna riconoscere questa monumentale pazienza e la professionalità che porta ad essere sempre aggiornati perché questo è un lavoro "estremamente" pubblico. Mantenere nel tempo questa capacità di sorridere è una cosa che non possiamo pretendere». (M.L.)

raccomandata in giacenza - «purtroppo ho preso una bella multa!» - riesce a sorridere: «Pensavo di passare qui tutta la mattinata, invece ho risolto tutto in pochi minuti. Menomale!». Mentre "l'estate sta finendo", a Milano, nell'Ufficio Postale di via Cordusio 4, si lavora con i ritmi di sempre. C'è tanta gente, un bel via vai. «Ho preso il mio numero, devo fare un prelievo da un vecchio libretto postale, ho venti persone davanti a me ma non sono preoccupato. So che risolverò in tempi brevi come sempre» dice Sergio che nell'ufficio nel cuore di Milano fa spesso tappa. Qui è di casa anche Donatella: pensionata, milanese doc, abita proprio a due passi dall'Ufficio Postale. «Vengo qui da anni, mi trovo benissimo. Ritiro la pensione e pago le bollette, ogni tanto mando un regalo ai nipoti. Non ho mai incontrato difficoltà. A Poste ho affidato da anni la gestione dei risparmi».

Velocità e gentilezza

Nell'ufficio postale di via Cordusio, a pochi passi dal Duomo, si sentono parlare inglese, francese, spagnolo, cinese: da lì passano tanti turisti come tanti studenti stranieri visto che gli atenei lombardi sono diventati sempre più attrattivi per gli studenti internazionali che spesso qui arrivano per sbrigare pratiche legate al permesso di soggiorno. In un Ufficio postale dal sapore internazionale si incontrano quindi clienti affezionati o solo di "passaggio". Come Noemi e Giuseppe, nonno e nipote. Non sono di Milano ma arrivano da Sartirana Lomellina, provincia di Pavia: «Siamo venuti a Milano per delle commissioni. Prima di rientrare a casa abbiamo pensato di fermarci alle Poste per fare un versamento e dei pagamenti. A Cordusio

abbiamo trovato massima disponibilità, velocità e gentilezza. È un ufficio che lavora bene». «La gentilezza oggi è quasi cosa rara. Ne basterebbe anche solo un pizzico in più, in giro, e le cose andrebbero meglio» dice sorridendo Noemi. «Io - spiega Giuseppe - sono un vecchio cliente: ho sempre avuto il conto corrente alle Poste».

Ming e Shui, in vacanza in Italia, hanno comprato delle splendide cartoline da mandare in Cina

Il futuro è digitale

Soddisfatta dei servizi offerti da Poste è anche Gloria, d'origine peruviana ma da anni a Milano. Ha appena spedito un pacco per una sua amica che vive a Firenze: «Sono stati velocissimi. Il mio pacco arriverà in breve tempo e se voglio posso anche monitorare la spedizione. Negli Uffici Postali devo ammettere che ho sempre incontrato efficienza, disponibilità e professionalità». Fernanda fa la colf e ha sempre i minuti contati. Prima di correre al lavoro riesce però a fermarsi all'Ufficio Postale: «Avevo delle bollette da pagare, ho fatto in fretta. Non vengo sempre qui ma vado dove mi viene più comodo. Conosco diversi

Uffici Postali di Milano, mi trovo bene ovunque». Certo, c'è chi qualche difficoltà la incontra: «Non è colpa di Poste Italiane ma dell'età!» dicono scherzando Luigi e Floriana: sono una coppia di settantenni che «con la tecnologia non va molto d'accordo» ma che sono d'accordo, tuttavia, sul fatto che serva a ottimizzare tempi e servizi. «Ci hanno detto che la digitalizzazione migliora i servizi, li rende più accessibili e realizza importanti vantaggi in termini ambientali. Ci hanno detto che grazie alla tecnologia molte attività sono diventate più snelle e veloci. Sappiamo che è così, ora tocca a noi fare un passo in avanti».



storia di copertina

Monitorare e neutralizzare le minacce: la tutela dei clienti è una priorità per l'Azienda

Tecnologia e sicurezza: così proteggiamo tutte le operazioni

Nella avveniristica sede di Cosenza opera un team di colleghi altamente qualificati ed esperti nella cyber security: ecco i servizi che svolgono e gli strumenti che adottano per proteggere i dati, garantendo la continuità operativa e la gestione delle crisi

Poste Italiane ha posto sempre una grande attenzione al tema della cyber security al fine di garantire servizi sempre più sicuri a tutela dei propri clienti. Nel 2013 ha istituito il CERT (Computer Emergency Response Teams) che compie ora 10 anni dalla sua nascita, con l'obiettivo di monitorare, intercettare e neutralizzare le minacce cyber, coordinando l'attività di contenimento e risposta agli incidenti e agli attacchi di sicurezza.

Analisti al lavoro

Il CERT svolge le proprie attività dalla sede di Roma e da quella di Cosenza. In particolare, su Cosenza, 17 esperti svolgono le attività operative di analisi delle minacce cyber, le iniziative di sensibilizzazione e formazione. Gli analisti del CERT dalla sede di Cosenza quotidianamente monitorano il web, i market delle app, i social, il black market, le piattaforme di intelligence, al fine di identificare minacce cyber, gestirle tempestivamente proteggendo così il patrimonio informativo aziendale e tutelando clienti. Tra i punti di forza del CERT si annoverano il personale altamente qualificato, l'automazione dei processi che permette di gestire un numero sempre più elevato di eventi per proteggere gli asset aziendali, le piattaforme all'avanguardia basate anche su tecnologie di Artificial Intelligence. Negli anni c'è stata una grande trasformazione dei servizi che si sono evoluti verso modelli di nuova genera-



Uno dei team di Cosenza: da sinistra, Antonio Filippelli, Michele Citro, Giuseppe Salatino, Alessandra Rose, Marianna Cicchiello, Antonio Voci, Sandra Gagliardi, Claudia Genovese, Rosanna Spizziri



Un altro dei team di Cosenza: da sinistra, Marco Filice, Ludovico Turano, Paolo Iorio, Stefano Maletta, Nicola Giannini. Sotto, il team di Roma: da sinistra, Antonino Monaco, Claudio Selli, Fabiana Totti, Andrea Barrilà, Tamara Luneville, Nicola Sotira, Elena Mena Agresti, Michela Cristiani, Massimo Cappelli, Fabrizio Francavilla, Cristina Luperto



L'accresciuta automazione dei processi permette il controllo di un numero più elevato di eventi

zione, orientati alla gestione dei Big Data e all'uso di moderni strumenti di Data Analysis e di Business Intelligence. Questo modello permette la centralizzazione di tutte le informazioni relative al dominio della Sicurezza di Poste Italiane; in base a questo, il CERT, oltre a fornire i servizi tipici, svolge il ruolo di coordinamento per la gestione degli incidenti, della Continuità Operativa e delle Crisi che potrebbero coinvolgere il gruppo.

Contro le minacce cibernetiche

Presso la sede di Cosenza vengono svolte attività operative di diversi servizi. Tra questi, il servizio di Brand Protection, volto all'identificazione di violazioni del diritto

quali la Vendita di Materiale Contraffatto e Ricettazione, la Violazione della proprietà intellettuale, la Violazione dei copyright e della legge di protezione sui marchi. L'attività viene svolta attraverso il monitoraggio del Web, con particolare focus sui canali social, in merito alla diffusione non autorizzata o al trattamento illecito di informazioni e marchi di proprietà di Poste Italiane e delle società del Gruppo, che si riferiscono a Clienti, al personale dipendente, ai prodotti e più in generale all'azienda stessa. Il servizio di Critical Systems Exposure offre una panoramica delle vulnerabilità classificate per importanza, stato di risoluzione, semplificando la gestione del patching ordinando le vulnerabilità, non solo in base alla criticità segnalata dagli strumenti, ma applicando algoritmi intelligenti che integrano più fonti fornendo così una vista dal punto di vista dell'attaccante. Il servizio di Cyber Threat Intelligence permette l'esame approfondito dell'effettivo impatto di una minaccia in corso e delle potenziali contromisure di risposta rapida, tramite comunicazione diretta con i principali centri di ricerca internazionali. Utilizzando la Cyber Threat Intelligence è quindi possibile collocare la minaccia nel contesto dell'organizzazione stessa e accelerare l'attuazione delle prime azioni di mitigazione. Attraverso il servizio di Mobile Cyber Threat Intelligence, gli analisti monitorano sia gli App Store ufficiali che quelli alternativi al fine di individuare e rimuovere eventuali Mobile App ufficiali obsolete o dismesse e Mobile App non ufficiali ma riconducibili al Gruppo Poste Italiane. Per garantire l'efficacia delle misure di contrasto alle minacce cibernetiche in costante evoluzione, gli analisti svolgono attività di condivisione delle informazioni, raccogliendo, analizzando e condividendo gli indicatori di compromissione (IOC) provenienti da reti qualificate e riconosciute a livello nazionale e internazionale, focalizzandosi sulla sicurezza informatica. (Ernesto Taccone)

Le attività di cyber security awareness

Poste Italiane da tempo ha avviato una serie di progetti volti a sviluppare competenze specifiche nel settore, promuovendo la cultura della sicurezza informatica e aumentando la consapevolezza dei rischi cyber tra tutti gli utenti, che siano essi personale aziendale, top management, clienti o cittadini. Per questa ragione, dal

2019 l'azienda organizza presso la sede di Cosenza due corsi di alta formazione in collaborazione con l'Università della Calabria. Uno di questi corsi si focalizza sulla sicurezza delle informazioni, approfondendo gli aspetti di

governance, mentre l'altro corso è di natura più tecnica e operativa, concentrandosi sulla cyber security.



SEGUICI su [TGPOSTE.POSTE.IT](https://www.tgposte.poste.it)

Come risolvere i problemi in tempo reale: reportage dietro le quinte dell'assistenza

Dentro il call center di Poste Italiane il nostro filo diretto con i clienti

Gli operatori sono formati non solo sulla conoscenza di prodotti e servizi, ma anche su soft skill che riguardano il modo di relazionarsi con cittadini, imprese e colleghi degli uffici postali: nel 95% dei casi la soluzione viene trovata senza il bisogno di un secondo contatto

di GIUSEPPE CAPORALE

I call center di Poste Italiane non sono un luogo qualsiasi. Sono un posto di lavoro speciale, il filo diretto con i clienti. Qui si costruiscono ogni giorno la reputazione e la qualità dei servizi dell'azienda. Perché la grande sfida è la capacità della risposta. Una sfida che le persone che lavorano qui in cuffia vincono ogni giorno. L'assistenza clienti di Poste Italiane, infatti, è il contrario di quello che un immaginario collettivo sedimentato negli ultimi vent'anni collega al concetto di call center. A lavorarci sono persone adulte e formate: spesso provengono da altre esperienze e hanno il compito di prendere per mano il cliente e trovare la soluzione che cerca. Hanno postazioni spaziose e turni strutturati, in una alternanza tra "cuffia" e offline, per evitare ogni forma di alienazione.

One Call Solution

C'è un numero che riassume meglio degli altri l'efficienza del call center di Poste Italiane: 95. La maggior parte delle telefonate, infatti, si risolve nella logica della One Call Solution, con il 95% di casi chiusi con un unico contatto. Le chiamate arrivano dai clienti retail, ma anche dalle imprese che utilizzano i servizi e i prodotti di Poste, e dai colleghi degli uffici postali, che spesso si rivolgono al call center con il cliente davanti, per risolvergli in tempo reale una criticità. Nel 95% dei casi la chiamata porta a una soluzione, nel residuo 5%, se l'operatore non ha gli strumenti per risolvere il problema (o se il cliente non ha tempo per restare al telefono), viene aperto un ticket che porta a una gestione di secondo livello del problema. In questo flusso, interagisce, a monte, l'intelligenza artificiale, che gestisce le esigenze più semplici dei clienti con degli automatismi, che permettono di ottimizzare i tempi lasciando agli operatori umani la risoluzione delle problematiche più complesse. Come, per esempio, nel caso delle richieste di recupero del codice conto, oramai risolte con facilità dall'Assistente Digitale.

Cresciuti insieme

I 20 centri territoriali (14 per i clienti retail, 6 per il business) occupano 1.778 risorse, coadiuvate da alcuni centri esterni nella gestione di 41 milioni di interazioni l'anno. Una mole di lavoro enorme in cui si riversa tutta la com-



Il team del call center del quartier generale di Roma Eur: da sinistra in piedi, Antonella Lavogna, Simona De Propris, Maria Maione, Alessandra Chiappetta, Vanessa Roscetti, Clara Di Benedetto, Christian Napoli, Massimiliano Barone

L'individuazione dei profili di chi chiama permetterà in futuro dei percorsi dedicati

plexità dell'assistenza e che, per gli operatori, richiede un livello di conoscenza elevato e in continua evoluzione. Per chiarirci le idee su come sia cambiata l'assistenza e come Poste sia stata capace di trasformarla dando valore alla relazione con il cliente, siamo saliti al quarto piano dell'edificio di viale Asia, nel quartier generale dell'Eur, dove lavorano 211 colleghi. Abbiamo trascorso una giornata con loro, li abbiamo ascoltati mentre aiutavano i clienti, ci hanno spiegato come oggi Poste consideri la customer care un investimento per costruire la migliore esperienza possibile. Così come una forma di tutela – importantissima anche contro le frodi – sia per l'azienda sia per i clienti. Attraversando i corridoi che portano all'enorme open space che ospita gli operatori siamo rimasti colpiti da una parete con tantissime

foto di bambini: «Questi siamo noi da piccoli», ci ha detto un operatore, spiegandoci che quel muro gli ricorda che sono cambiati (e cresciuti) insieme a Poste. Tutte le persone che lavorano qui – compresi i responsabili (Alessandra Chiappetta) e i referenti (Vanessa Roscetti, Christian Napoli, Simona De Propris) e supervisor (Antonella Lavogna, Clara Di Benedetto e Maria Maione) – sono state "in cuffia" nel loro passato. E lo raccontano con orgoglio, perché questo significa aver maturato un'esperienza e una conoscenza che oggi si traducono in un'assistenza clienti di qualità e particolarmente attenta all'aspetto umano. Alessandra Seppolini, Responsabile assistenza clienti retail per i canali finanziario, digitale e comunicazioni, lo spiega senza fronzoli: «Al di là della preparazione sul servizio, sul prodotto e sul processo, l'importante è che tu sappia relazionarti bene con il cliente». Se entri in empatia «puoi fare di tutto», sottolinea ancora Alessandra. «Se non sai relazionarti con il cliente – ribadisce – puoi essere anche uno specialista del settore ma non ottieni nulla». Empatia è una parola chiave tra le sale di questo call center, dove arrivano ogni giorno migliaia di chiamate relative ai servizi finanziari e assicurativi. Negli anni, un grosso lavoro è stato fatto per migliorare

le cosiddette soft skill, dalla capacità di ascolto all'empatia, appunto.

La voce dei clienti

Gli operatori sono organizzati per verticalità di business: per esempio, c'è chi risponde sui servizi finanziari, chi sui servizi logistici. La quantità di informazioni incamerate nel corso del tempo, e condivise con i colleghi, è importante per dare risposte soddisfacenti ai clienti, soprattutto su tematiche delicate come quelle che riguardano le polizze dei familiari deceduti, i rogiti e, in generale, tutto il mondo assicurativo. Gli operatori sono in grado di "switchare" da un prodotto all'altro. «Più si risponde a casistiche simili, più si acquisiscono competenze – sottolinea Massimiliano Barone, operatore del call center – Come cresciamo noi, crescono i clienti. Un esempio? Prima ci chiamavano per conoscere l'offerta Supersmart, ora ci chiamano quando hanno un problema o vogliono fare un'operazione sul libretto Supersmart. Questo significa che quel prodotto è entrato nel circolo dei clienti di Poste». Il cliente deve sapere che se ha un problema, dall'altra parte c'è chi glielo sa risolvere. Quando si crea la giusta empatia, si può consigliare un prodotto al cliente, svolgendo una funzione di promozione parallela all'assistenza. Ma c'è un'altra funzione fondamentale assolta dagli operatori: quando si registrano chiamate ricorrenti su un punto specifico significa che qualcosa non funziona. Il call center diventa così la voce del cliente, attraverso un processo di comunicazione interna che va dall'operatore fino al gestore centrale del servizio. Un'operazione di risalita delle criticità verso l'interno che permette di capire che cosa va migliorato. In un futuro non troppo lontano la gestione dell'interazione cliente-assistente sarà sempre più personalizzata. Attraverso un progetto dedicato si sta lavorando alla clusterizzazione dei clienti sulla base dei comportamenti e dell'attitudine di interazione con l'intelligenza artificiale, per individuare percorsi personalizzati. L'operatore potrà così effettuare azioni di "education" e accompagnamento all'uso dell'assistente digitale, così da acquisire maggiore autonomia per esigenze semplici e standardizzate. Tutto allo scopo di facilitare il lavoro degli operatori, focalizzarli sulle esigenze più complesse e migliorare ulteriormente l'esperienza dei clienti. ●

41 mln

di contatti gestiti nel 2022 (+10,8% rispetto al 2021)

95%

le richieste dei clienti che vengono risolte con una sola telefonata



noi al nord ovest



NORD
OVEST

REPORTAGE

La struttura, inaugurata nel 2021, è un recupero industriale

Nel CD di **Saint-Vincent:** «La nostra posta parte anche con la funivia»

La responsabile Sabrina Liporace guida una squadra composta in prevalenza da giovani che affrontano quotidianamente la complessità del meteo e del recapito nelle vallate

«Questi siamo noi e questo è quello che facciamo». Sono passate le 17 di un martedì di fine agosto quando **Sabrina Liporace**, Responsabile del Centro di Distribuzione di Saint-Vincent di Poste Italiane, in Valle d'Aosta, pronuncia queste parole. Arrivano quando la giornata di lavoro non è ancora chiusa, ma i portalettere del primo turno sono già rientrati e le procedure di tracciamento del reso non consegnato (facilitate dai palmari rinnovati da poche settimane) sono avanzate. Inaugurata nell'aprile 2021, la struttura (un'ex industria) serve i comuni da Saint-Marcel a Pont-Saint-Martin, incluse le vallate laterali, per un totale di circa 88mila abitanti della regione. «Il Centro apre alle 6, con l'arrivo dello staff, e mezz'ora dopo – spiega Liporace – entra il primo furgone da Torino, con il prodotto da lavorare».

Anche in funivia

Nel Centro di Saint-Vincent lavorano 35-40 persone, tra tempo determinato e indeterminato (15 le stabilizzazioni nel 2022). A colpire è la loro età, mediamente bassa: «dai 25 ai 35 anni – continua la Responsabile, che ha iniziato la carriera in azienda nel 2001 – e questo crea un bell'ambiente». Il territorio presenta complessità legate

sia all'orografia, specie nelle vallate, con numeri civici talvolta assenti e cognomi ricorrenti, sia al meteo, con i fenomeni classici dell'ambiente alpino, quali la neve. Quest'anno, il Centro ha gestito una media mensile di 16.580 pezzi di posta registrata, 12.232 pacchi e 5.935 kg di posta indescritta (dati allo scorso giugno). Verso le 9.30, i primi portalettere partono per le loro zone. Tra loro c'è anche **Oscar Nicotera**, che serve Chamois, unico comune italiano senz'auto, raggiungibile in funivia. «Carico la corrispondenza sulla cabina in una borsa – racconta sorridendo – e la consegna avviene a piedi. È una piccola comunità, le persone ti aiutano. Si creano dinamiche quasi familiari».



Al centro, la Responsabile Sabrina Liporace con il personale del CD di Saint-Vincent

Al servizio del pubblico

Alla “macchina” sovrintendono due caposquadra. «C'è da seguire i ragazzi, in caso di imprevisti, o situazioni simili – sottolinea **Giulia Riccardi** – e la presenza di zone con neve in inverno fa sì che vadano tenute sott'occhio le auto, dal punto di vista delle gomme e dei liquidi, ad esempio». Il parco automezzi del centro si compone di 31 Fiat Panda e di un Fiorino (per i pacchi e i prodotti voluminosi). Un Centro di Distribuzione non è aperto all'utenza, ma – spiega l'altra caposquadra, **Antonella Minelli** – «gestiamo le chiamate di chi non riceve. Si tratta, spesso, delle stesse persone, ma ci adoperiamo a risolvere le questioni ogni volta in cui è possibile».

La giovane veterana

Poco lontano da lei c'è la “veterana” del team, l'addetta alla lavorazione interna **Adriana Machet**, 37 anni di servizio. «Ho visto passare tanti colleghi – afferma – Mi occupo della posta registrata, prodotti delicati, perché hanno tempi garantiti». Proprio per quella corrispondenza sono previsti turni successivi di portalettere, per garantire le tempistiche. Con i medesimi presupposti, il controllo di qualità – affidato a **William Gaetano** – entra in funzione sia prima dell'uscita dei portalettere, sia al loro rientro, per mantenere sott'occhio la freschezza del prodotto. Insomma, un'orchestra, in cui ogni giorno ogni strumento fa la sua parte, per non stonare.

(Christian Diemoz)



#POSTECOMMUNITY

Una cartolina dal CS di **Milano Roserio**



Il team del CS di Milano Roserio: Antonio Ciro Zollino, Emanuele Fontana, Domenico Bellissimo, Giampaolo Crivellari, Francesco Obemaier, Davide Anzardi, Giuseppe Fillo-ramo, Salvatore Vendra, Domenico Bencivenga, Antonio Scarinzi, Francesca Grande, Daniele Andreucci, Angela Delfino, Rosetta Cistaro, Alessio Santi Musumeci, Manuele Scirocco, Rosa Maria De Rosa, Francesco Basile, Marco Broggi, Michele Cassano, Silvia Palazzari, Daniele Andreucci, Fabio Cicuto, Antonella Li Vecchi, Celeste Betruce

IERI E OGGI



Nell'ufficio postale di Aosta 20 anni dopo

Ieri da sinistra, in prima fila: F. Pica, L. Mannoni, L. De Pasquale; in seconda fila: I. Catani, E. Juglair

Oggi da sinistra, in seconda fila: Joyce Salvato, Carla Lapenna (DUP), Alessandro Onida, Antonino Giorgianni, Angelo Piemonte, Mara Carta; in prima fila: Michela Colombarini, Cinzia Fontanesi, Beatrice De Mattia, Cristina Violante, Manuela Vierin e Ilaria Gaetano

Se vuoi essere protagonista delle rubriche di queste pagine invia foto e/o testo a redazionepostenews@posteitaliane.it

PROBLEMI E SOLUZIONI

Nella sede di via Pindaro nuovo metodo di gestione della flotta Un'app per il car sharing tra colleghi a **Milano** non c'è tempo da perdere

L'applicazione interna permette di prenotare i veicoli, ottimizzando le corse. Tra le funzioni le notifiche sulla disponibilità

di **RICCARDO PAOLO BABBI**



Puntare sul car sharing per ottimizzare l'utilizzo dei veicoli aziendali. È l'obiettivo dell'app interna sperimentata con successo nella sede di via Pindaro a Mi-

lano, dove è stato messo in campo il metodo di gestione flotte auto h24 più evoluto utilizzato dalle società di car sharing. Racconta l'esperienza **Guerrino Sina**, nel Fleet Management della Direzione Immobiliare, cui responsabile è **Riccardo Vitelli**, a testimonianza dell'attenzione della struttura centrale per le necessità della filiera e degli uffici locali. Sina, in Poste da ottobre 2021, ricorda che «a partire dal settembre 2022 è stato istituito questo programma, un'app che consente a tutti i colleghi della sede di prenotare una macchina». Lo scopo è «rendere più semplice il sistema di prenotazione online, condiviso, che sfrutti al massimo l'utilizzo di questi veicoli». Si tratta di nove Panda, che in passato venivano gestite in maniera non automatizzata tramite un foglio Excel, dove i



Claudio Manno, Immobiliare Nord Ovest, con l'app interna per il car sharing

colleghi potevano prenotare su un file condiviso. Il sistema automatizzato gestisce le prenotazioni di circa cinquanta persone, così da favorire sempre la disponibilità di veicoli nella sede. «Funziona perfettamente sia su Android che iOS - prosegue - è già in corso lo sviluppo per espandere la modalità di prenotazione in tutte le sedi in cui sia possibile».

L'esperienza d'uso

Claudio Manno, all'Immobiliare da circa due anni e mezzo, sottolinea la grande utilità dell'app nelle sue mansioni di Agency Property, che lo portano alla ricerca di immobili da locare per Poste Italiane. «Posso dire che, da utilizzatore, il feedback è positivo, perché adesso con questa applicazione è più facile trovare la disponibilità» commenta Manno, ricordando che l'applicazione è in continuo aggiornamento grazie alle nuove idee e

ai feedback provenienti dal territorio verso il centro.

Nuove funzionalità

Tra le nuove funzionalità dell'app, Manno ne cita due: «Nel momento in cui la prenotazione dell'utilizzatore avveniva ad esempio in un range dalle 9 alle 15, anche se l'utilizzatore faceva ritardo non succedeva niente. Invece adesso l'applicazione ti invia una mail e ti ricorda di consegnare la macchina all'orario stabilito e, in più, di allungare la prenotazione». E continua: «Prima prenotavi la macchina e al collega che arrivava dopo di te diceva semplicemente "auto non disponibili", quando erano tutte occupate. Adesso ti dice "l'hai chiesta dalle 9 alle 12, si libera alle 13. Ti può servire? Prenotala"». L'app, inoltre, è predisposta in prospettiva futura anche per mezzi elettrici, ponendosi come best practice anche per la transizione ecologica.

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Sergio Garajo.....Resp. Macro Area Territoriale Lombardia e Nord Ovest MIPA
Vito Marinaccio..... Resp. Vendita Finan. TOP Nord - MIPA/CFA/Vendita Finanziaria TOP
Antonio Scarinzi.....Resp. Prod. 2 Centro Smist. Milano Roserio-Macro Area Logistica
Rossella Marando..... Resp. Risorse Umane Filiale Imperia CA/RUO

NEOASSUNTI

«Penso sempre a fare gli interessi dei clienti»

«Attraverso la frequentazione di corsi di aggiornamento e grazie ai consigli dei colleghi, ho potuto allargare fin da subito le mie conoscenze», racconta **Armando Crisafi**. «Svolgo il ruolo di consulente finanziario e il mio lavoro mi appassiona - prosegue Armando - La mia più grande soddisfazione è quella di rappresentare il giusto trait d'union tra l'azienda e il cliente. Personalmente penso sempre a fare gli interessi di Poste Italiane e, al contempo, a soddisfare le esigenze della clientela».



«Il gioco di squadra è l'arma vincente»

Dario Ditaranto, anche lui neoassunto: «L'esperienza che sto vivendo è positiva. Uno degli aspetti stimolanti del mio lavoro è che mi sto dedicando a temi sempre nuovi, nel campo soprattutto del risparmio e degli investimenti, visto che in azienda ho il ruolo di specialista consulente finanziario. È gratificante - sottolinea - lavorare per una grande azienda come Poste ed è ancora più bello potersi relazionare con realtà e funzioni diverse. Il gioco di squadra con i colleghi rappresenta un po' l'arma vincente: il supporto che quotidianamente ci diamo a vicenda mi permette di vivere in un contesto lavorativo sempre all'insegna della piena collaborazione».



I NOSTRI PALAZZI

Filiale e ufficio postale nel cuore di **Pavia**

Il palazzo di Piazza della Posta di Pavia ospita, oltre agli uffici dove si svolgono le attività direzionali di Mercato Privati per la filiale, l'ufficio postale di Pavia Centro e la sede della polizia postale. Nel palazzo si è concluso da poco il progetto 100 facciate rivolto al restauro dei prospetti. Si tratta di un edificio realizzato tra il 1913 e il 1925, ispirato alle linee del rinascimento lombardo. Il palazzo si sviluppa su tre piani, a caratterizzare la parte esterna è il bugnato realizzato in modo da imitare l'arenaria degli edifici romani pavesi, ad impreziosire



gli interni c'è la presenza di un bassorilievo che rievoca i postelegrafonici caduti nella prima guerra mondiale.

PAROLA ALLE ISTITUZIONI

«Felici che Poste abbia scelto noi»

A Borghetto Santo Spirito nel Savonese, alla presenza dei vertici locali di Poste Italiane, dei rappresentanti provinciali dell'Inps e dei rappresentanti istituzionali il primo ufficio postale del Nord Ovest del progetto Polis. «L'Ufficio Postale è quello dove quotidianamente c'è un maggior rapporto tra cittadino e Pubblica Amministrazione. Noi siamo ben contenti



che Poste Italiane abbia deciso di investire e abbia scelto tra i primi Uffici Postali proprio il nostro», ha dichiarato il sindaco Giancarlo Canepa. «È una bella iniziativa perché la prima sede Inps più vicina è Albenga e un cittadino che deve avere una certificazione non dovrà impegnare strada e tempo», ha dichiarato il responsabile Urp Inps Savona, Pietro Gatti.



noi al nord est



NORD
EST

REPORTAGE

Nel Centro di Distribuzione Sant'Antonio nella città veneta

Padova: Lean e cassette dei suggerimenti «I sorrisi migliorano la qualità del lavoro»

«Sono soddisfatta quando vedo che c'è armonia all'interno del team», spiega la Responsabile Elisa Vitali, impegnata con i colleghi della Ram a rivedere gli spazi di una struttura da 300 pacchi al giorno. In servizio anche cinque biciclette, operative nel centro storico

A metà mattinata **Cataldo Ricciardella**, per tutti Aldo, carica 17 pacchi della linea business da consegnare alle tabaccherie del centro storico e delle zone limitrofe. Lui è uno dei due capi squadra del centro di distribuzione di Padova Sant'Antonio, ma oggi bisogna dare una mano anche fuori: è un lunedì di pioggia battente di fine estate, i portalettere hanno tanto da fare, il giro è lungo e gli imprevisti vanno anticipati. Senza dimenticare che ci sono i resi. «Bisogna capire che il futuro è questo – dice Aldo mentre carica i pacchi – la gente compra sempre di più online, il nostro compito è trovare il cliente e fare in modo che sia soddisfatto. Ogni giorno facciamo di tutto per raggiungere gli obiettivi e rispettare i tempi».

Lavorare in armonia

Con Aldo, che proviene da Corato in provincia di Bari, c'è l'altro capo squadra **Luca Olivieri**, che invece vive a Vo' Euganeo. Espansivo il primo, riflessivo il secondo, condividono modus operandi e obiettivi: «Fare in modo che tutto fili liscio ogni giorno e di fronte ad ogni difficoltà», sottolinea Luca. E, aggiunge la responsabile del Centro di distribuzione **Elisa Vitali**, «lavorare in armonia, tranquillità e sicurezza». «Io sono felice quando vedo una sala sorridente, con persone che dimostrano la loro voglia di venire a lavorare». E i sorrisi nel CD Sant'Antonio non mancano: ci sono tanti giovani, molti provenienti dal Sud, felici di aver trovato il loro primo impiego a Poste. Elisa sa da che parte prenderli, a chi affiancarli e su quali punti insistere perché qualità e sicurezza siano sempre garantite. I 57 portalettere servono parte del centro storico, i comuni di Sel-



Sopra, il team del CD di Padova Sant'Antonio. Sotto, Santolo Palladino, Sabrina Tommasi, Elisa Vitali, Luca Olivieri, Ciro Vitiello e Katuscia Galenda. A sinistra, Cataldo Ricciardella, impegnato nel carico dei pacchi



vizzano, Rubano e Cervarese Santa Croce. Usano 17 Panda, un Doblò, 23 Liberty, 10 My Moover e 14 tricicli elettrici Ligier. Ci sono anche cinque biciclette giallo Poste, una peculiarità di questo CD. Chi la prende, come **Marco** che gira il centro storico, percorre

fino a circa 15 km al giorno. C'è chi si occupa della complicata corrispondenza del carcere, chi consegna al Comune e chi all'Università e alle società sportive che hanno sede allo stadio Euganeo. «Le nostre giornate - sottolinea la responsabile - iniziano alle 6 la mattina e si concludono alle 20.30 la sera. Quando vedo rientrare tutti senza intoppi sono soddisfatta». Il primo ad arrivare la mattina è spesso l'agente interno **Christian Boscarolo**. L'ultimo ad andarsene è **Santolo Palladino**, che si occupa del monitoraggio qualità.

La cassetta dei suggerimenti

In una vita precedente, Elisa era l'addetta stampa del Festivalbar del patron Vittorio Salvetti, un'istituzione a Padova. Poi una lunga gavetta dentro Poste Italiane, fino al Centro di smistamento di Padova, dove ha fatto propri i principi della Lean. Da due mesi dirige questo CD: «Sto studiando come eliminare il superfluo e rendere la movimentazione sempre più pratica e sicura». Ad aiutarla ci sono la specialista di produzione **Sabrina Tommasi** e, naturalmente, le prime linee della Ram 1 Nord Est: la capo Ram **Alessandra Bastianello**, il responsabile Qualità **Ciro Vitiello** e la specialista Qualità **Katuscia Galenda**. Da gestire ogni giorno, nel CD di Padova Sant'Antonio, ci sono mediamente 700 kg di posta e 1.900 pezzi di descritta, 250-300 pacchi. La Ram gestisce 6 Cd più grandi, dieci medi e due più piccoli: serve un milione 800mila abitanti. «In tutti i CD - raccontano Ciro e Katuscia - abbiamo messo una "nostra" cassetta della posta, in cui raccogliamo i suggerimenti di tutti i lavoratori per cercare di migliorare qualità e sicurezza. Noi ci diciamo sempre che facciamo ogni giorno le stesse cose ma che ogni giorno è diverso dall'altro. E che le sfide quotidiane si vincono attraverso la forza delle persone». (Filippo Cavallaro)

IERI E OGGI

Ieri 2004 Padova 4 oggi 2023



Ecco i predecessori di Daniela e del team dell'UP di Padova 4

Ieri da sinistra: S. Veronese, E. Stefani, A. Noventa, V. Bi Bello, T. Betto, F. Cesana
Oggi da sinistra Rosaria Landolfo, Monica Gnan, Silvia Mengon, Daniela Abate (DUP) e Andrea Granata

#POSTECOMMUNITY

Il nostro team commerciale di Rovigo



Il team commerciale di Rovigo. Da sinistra Anna Gravante, Greta Budo, Elisa Verza, Riccardo Mirandola (responsabile), Giorgia Pavanin, Lucia Rizzo, Alessandra Grapppeggia, Davide Cavallaro, Lisa Cecchetto, Giulia Vettorello

Se vuoi essere protagonista delle rubriche di queste pagine invia foto e/o testo a redazionepostenews@posteitaliane.it

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Vito Marinaccio..... Resp. Vendita Finan. TOP Nord - MIPA/CFA/Vendita Finanziaria TOP

PROBLEMI E SOLUZIONI

Nel CD di Mirano i palmari di nuovissima generazione

Dalla geolocalizzazione ai pagamenti digitali ci pensa il portalettere

Le segnalazioni di Michele, appassionato di tecnologia, hanno consentito un settaggio corretto degli smartphone e l'incremento del ricorso al Pos tra la popolazione



Michele Pizzo, portalettere appassionato di tecnologia

Quando si è trovato a dover depositare una raccomandata per un cliente che non ha trovato in casa, si è accorto che lo smartphone in sua dotazione non riusciva a geolocalizzare l'ufficio postale più vicino alla residenza del cliente. Da "smanettone" qual è, ha capito subito il problema e si è immediatamente attivato, riferendolo al responsabile del centro di distribuzione **Matteo Doria**, che si è messo in contatto con noi. Effettivamente, il problema si è confermato quello che il portalettere aveva immaginato ed era presente su gran parte degli smartphone in dotazione ai postini. A quel punto da parte nostra c'è stata una escalation fino alla struttura di recapito regionale che ci ha aiutato a settare lo smartphone e risolvere il problema». Dunque, problema risolto per i 55 portalettere della zona, ma non solo: «Questa segnalazione – prosegue Gariselli – ci ha permesso anche di accorgerci che senza la geolocalizzazione, la linea evolution che viene tracciata al civico sarebbe stata rendicontata in modo errato».

I vantaggi del pagamento digitale

Michele Pizzo si è anche reso conto che è molto più semplice effettuare i pagamenti digitali con quello smartphone perché possiede un pos integrato e dunque evita di portarsi dietro altri dispositivi: «Questo ha due vantaggi – dice Gariselli – il portalettere viaggia con meno contanti possibili e poi si evita il contatto col contante fisico anche della linea business alla chiusura serale, che così non movimentata altro denaro». Il portalettere, nel corso delle sue gite, ha incrementato questo tipo di pagamento, invitando chiunque a farlo, anche gli anziani: «Soprattutto per quei piccoli importi per i quali basta appoggiare la carta sul dispositivo. E a richiesta del cliente può rilasciare scontrino cartaceo», conclude.

Le consegne dei portalettere sono sempre più tecnologiche. Oggi in dotazione ai portalettere c'è una evoluzione del palmare, uno smartphone di nuovissima generazione con funzioni aggiuntive. Fra queste, quella che consente la geolocalizzazione dell'ufficio postale più vicino al cliente, dove dirottare pacchi e corrispondenza quando il destinatario non si trova in casa al momento della consegna. In questo contesto è nata una best practice che viene raccontata da **Alberto Gariselli**, responsabile Ram 2 Nord Est di Poste Italiane per le province di Venezia e Rovigo.

Il postino informatico

«**Michele Pizzo** è un nostro portalettere che opera a Mirano – racconta Gariselli – ed è un patito della tecnologia.

NUOVI ASSUNTI

«Apprezzo che si punti sull'aspetto umano»

Le prime sensazioni di **Emiliano Giovanni** sono positive: «Ho notato che Poste è un'azienda in continua evoluzione. Proprio per questo chiede molto impegno ai propri dipendenti, soprattutto in fatto di aggiornamento professionale. Qui il lavoro presenta ogni volta aspetti nuovi da dover conoscere e vi sono sempre cose nuove da imparare. Occorre dunque andare sempre di corsa, nel senso migliore e più stimolante del termine. Un'altra cosa che ho notato - prosegue Emilio - è che si punta molto sulla qualità e sulla professionalità, senza tuttavia mai dimenticare l'aspetto umano».



«Come essere entrato in una famiglia»

«Sono trascorsi sei mesi dalla mia assunzione in Poste - racconta **Massimo Tedoldi** - L'impressione è quella di essere entrati a far parte di una famiglia. Poste è un Gruppo che fa sentire i propri dipendenti come parte integrante di un meccanismo nel quale coesione e spirito di squadra sono elementi essenziali. Mi sono accorto, giorno dopo giorno, di quanto siano importanti per l'azienda i nuovi assunti, in quell'ottica di ricambio generazionale che è appoggiato anche dai dipendenti più anziani, sempre pronti ad aiutare chi ha iniziato da poco il suo percorso all'interno del Gruppo. Sono operatore di sportello e mi piace molto il rapporto con i clienti, così come il loro interesse verso i nuovi canali digitali: è un piacere aiutarli e accompagnarli».



I NOSTRI PALAZZI

Nella sede di Trieste per visitare il Museo

Nello storico edificio direzionale di Piazza Vittorio Veneto, a Trieste, risalente alla fine dell'800, si trovano l'Ufficio Postale di Trieste Centro, gli uffici di staff (Mipa e CA) e della Filiale di Trieste, la Polizia Postale, oltre al Museo postale e telegrafico della Mitteleuropa inaugurato al piano terra nel 1997. Il terzo piano è di proprietà del Demanio dello Stato attualmente in uso ad uffici del Misp. L'edificio negli anni 2008-2010 è



stato oggetto di importanti lavori di ristrutturazione comprendenti il rifacimento del tetto e delle facciate, la sostituzione e manutenzione straordinaria dei serramenti.

PAROLA ALLE ISTITUZIONI

«Polis supporto importante per la città»

Il primo ufficio postale della provincia di Venezia del progetto Polis è stato quello di Cavarzere, inaugurato alla presenza dei vertici di Poste, la direttrice Inps di Chioggia, Francesca Zennaro, e il sindaco Pierfrancesco Munari. «Sono lieto come amministratore della città di poter condividere con il partner Poste questo momento di innovazione per il nostro territorio – ha detto Munari – Ero presente a Roma quando è stato pre-



sentato il progetto Polis e sono presente oggi per condividere questo spazio che, oltre a dare un supporto importantissimo ai nostri cittadini, aiuterà anche gli uffici comunali che verranno sgravati da tante incombenze e richieste.

Un ringraziamento doveroso alle Poste per aver modernizzato l'ufficio di Cavarzere in tempi molto rapidi, evitando disagi ai cittadini nonché a tutto il personale che ha aiutato l'utenza fin dai primi momenti».



noi al centro nord



REPORTAGE

Conosciamo il team guidato da sei anni da Catia Antonini

Nell'UP di Ancona Centro il rapporto con le persone conta più di ogni cosa

Lucilla, a questi sportelli da 38 anni, confessa: «Ho rifiutato altri posti per mantenere il contatto con i "miei" pensionati»



Gli interni dell'Ufficio Postale di Ancona Centro, di fronte al Municipio di Ancona

Ampia, elegante e luminosa è la sala che accoglie gli utenti dell'Ufficio Postale di Ancona Centro all'interno del palazzo che ospita anche la Filiale della Direzione Territoriale Marche. «Ancona Centro è una piattaforma più sfidante rispetto agli uffici periferici per quantità e complessità dei casi che si presentano e di conseguenza aumentano le soddisfazioni» afferma il giovane consulente **Oscar Cecchini**, classe 1992. Al lavoro ordinario, infatti, si affianca quello che arriva dal Tribunale del capoluogo di regione, i servizi ai detenuti delle due case circondariali e i servizi alle tante maestranze occasionali dei cantieri navali per un totale di circa 13.000 clienti per metà portafogliati.

Una squadra allenata

Appuntamento al solito bar per il caffè tra colleghi di ogni età prima di cominciare il turno. L'organico si compone di 19 unità allenate e motivate. **Catia Antonini** è da sei anni la direttrice di Ancona Centro ma di esperienza in Poste ne ha da vendere con i suoi 41 anni di carriera, che tra pochi mesi le daranno la possibilità di fare la nonna. È allenato anche **Alessandro Sordoni** che frequenta



Il team dell'Ufficio Postale di Ancona Centro, guidato dalla DUP Catia Antonini (in prima fila, con la camicetta a pois)

il palazzo dall'età di sette anni, quando suo padre era Segretario Compartimentale. Alessandro, oggi consulente, inizia come fattorino telegrafico e può vantare 38 anni di servizio. **Lucilla Talevi** è una delle dieci Osp, era pronta a fare la maestra ma le Poste hanno dato una svolta alla sua vita. Anche lei da 38 anni in servizio ad Ancona Centro si autodefinisce «animale da sportelleria perché mi piace! Ho rifiutato avanzamenti di carriera per mantenere il contatto con le persone come quelle alle quali pago le pensioni da 30 anni». Le giovani new entry come Oscar Cecchini e **Annalisa Cappella** dai senior hanno già colto il valore aggiunto del rapporto umano con i clienti completando questo prezioso insegnamento con le loro competenze digitali che scambiano.

Alzare la qualità

«Signora buongiorno, è troppo caldo?» chiede con spontaneità la direttrice Catia Antonini all'anziana cliente. «Rispetto al passato gran parte dei clienti pretendono prima di chiedere e credo che la risposta è alzare il livello di qualità del servizio che offriamo» afferma la direttrice. «Alle Poste non si finisce mai di imparare, c'è sempre qualcosa di nuovo e bello» è l'idea di **Cristiana Canonici**, che solerte e precisa torna allo sportello. La filatelia è seguita da **Elisabetta Scarpini** che vede sempre più giovani attirati dalle nuove proposte tematiche e osserva: «I collezionisti sono un pubblico che si appropria in modo totalmente differente al mondo Poste e spesso diventano nuovi clienti per gli altri servizi».

Sogni e aspirazioni

«Mi sono innamorata di Poste Italiane dopo i 30 mesi passati al CMP dove mi sono trovata benissimo» dice Annalisa Cappella una delle due giovani Ofe che si appresta a prendere la seconda laurea, appagata dalle opportunità offerte dall'azienda come i permessi studio che confermano l'impegno di Poste Italiane nel valorizzare le persone. La direttrice può contare su due valide collaboratrici, una è **Lucia Gobbi** che, dopo le esperienze in uffici mono operatore, è arrivata ad Ancona Centro ma sogna di dirigere presto un suo ufficio postale. È quasi finito il turno del mattino ma **Paola Ciaschini** è già arrivata per garantire il passaggio di consegne con l'altra collaboratrice alla direzione. Ancora sfide, sogni e aspirazioni affollano gli uffici di Ancona Centro. (Alessandro Carlorosi)

#POSTECOMMUNITY

Dal cuore dell'Emilia fino all'Adriatico



Il team dell'Ufficio Postale Novellara (Reggio Emilia): da sinistra, Sara Buttigè, Manuela Silvi, Pietro Liuzza e Teresa Zucchini (Dup)

Le colleghe dell'Ufficio Postale Pesaro Centro: Linda Vichi, Monica Bernabucci (Dup) e Maria Grazia Luchini

IERI E OGGI



Parma 5, l'affiatamento del gruppo è lo stesso di vent'anni fa

Ieri da sinistra: M. Folli, D. Zini (direttore), M. P. Froldi, S. Sassi, R. Carattini, A. Cavatorta, E. Ghirardi, G. Ferraresi, P. Carbognani
Oggi da sinistra: Mara Quattrini, Orlando D'Oro (Dup), Roberta Mezzadri, Edoardo Chiappari e Federica Spaggiari

Se vuoi essere protagonista delle rubriche di queste pagine invia foto e/o testo a redazionepostenews@posteitaliane.it

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Giorgio Beni Resp. Vendita Finanz. TOP Centro Sud - MIPA/CFA/Vendita Finanz. TOP
Caterina Marciano..... Resp. Risorse Umane Filiale Pistoia CA/RUO

PROBLEMI E SOLUZIONI

Il traffico di via Zanardi, sede centrale della Macro Area

Un parcheggio per tutti i dipendenti il modello **Bologna** fa scuola in Italia

La movimentazione e gli accessi sono stati rivoluzionati grazie a semafori intelligenti, zone destinate esclusivamente all'operatività e un sistema di telepass dedicati

Via Zanardi, dove a Bologna si trova la sede centrale della Macro Area Centro Nord di Poste Italiane, è a tre chilometri in linea d'aria dal centro, in una grande arteria che collega la città delle Due Torri alla periferia, con un traffico quotidiano intensissimo. Da qui la necessità per Poste di regolamentare in qualche modo gli accessi: nello stesso stabilimento hanno infatti sede, oltre alla direzione, anche il centro di lavorazione, il centro di smistamento, l'asilo nido per i figli dei dipendenti di Poste, oltre a strutture esterne come il compartimento di Polizia Postale, una sede del ministero delle Imprese e del Made in Italy, così come altre realtà minori. Il tutto per circa 1.400 accessi al giorno senza sosta, molto eterogenei fra loro. Un problema che a Bologna **Gian Luca Laghi**, Responsabile Sicurezza fisica Tutela aziendale, **Stefano Albonetti** e **Valeria Poli** si sono posti già dieci anni fa con una azione di "prevenzione della criticità". Oggi è a tutti gli effetti una best practice, che si sta pensando di esportare in altre sedi.



solo mezzi destinati all'operatività di Poste Italiane, da quelle riservate ai mezzi aziendali e ai trasportatori. Poi abbiamo creato una rete di parcheggio dei dipendenti, di qualunque tipo essi siano. Siamo l'unica sede in Italia che consente il parcheggio all'interno dello spazio di tutti quanti i nostri dipendenti: questo è frutto di un grande lavoro di tutela aziendale, armonizzato con l'immobiliare che lo ha realizzato e la sezione risorse umane per regolamentare. Infine, c'è l'area di transito». Per la regolamentazione e la movimentazione del traffico sono stati aggiunti dei telepass dedicati, installati in tutti i 200 mezzi aziendali e della logistica, al tradizionale badge.

Il valore aggiunto

Una sfida vinta perché, come spiega **Franco Polverelli**, responsabile degli accessi: «I colleghi apprezzano il fatto

che si possa parcheggiare all'interno dello stabilimento, che non è scontato». A chi possiede il badge viene affidata la cura dello stesso: «Abbiamo fatto una campagna di sensibilizzazione per la manutenzione degli stessi, in particolare per la sostituzione della batteria», aggiunge Polverelli. Il meccanismo, ormai rodato, funziona molto bene. Ma ovviamente è soggetto all'utilizzo di un telepass che può perdersi o danneggiarsi. Per cui nel mirino c'è ancora uno step in avanti: «La naturale evoluzione di un sistema di questo tipo - dice Laghi - è quella della lettura delle targhe con un sistema di telecamere, come nei sistemi di parcheggio degli aeroporti. Se venisse attivato, il sistema potrebbe leggere la targa e riconoscere se il mezzo è autorizzato o meno, attraverso il controllo diretto con quelli memorizzati nel database, con evidenti benefici per la sicurezza».

NUOVI ASSUNTI

«Trovato un ambiente molto collaborativo»

«Il mio ingresso risale a novembre 2022: l'esperienza che sto vivendo mi gratifica molto, non solo dal punto di vista professionale ma anche umano» racconta **Laura Pagnoni**. «Ho la sensazione di essere giunta a contatto con un mondo completamente nuovo. Del mio lavoro mi piace non soltanto l'operatività, ma anche il contatto con il pubblico, perché riesco a utilizzare le mie buone doti di empatia. L'ambiente è molto collaborativo e mi ha stupito l'importanza che l'azienda attribuisce alla preparazione dei propri dipendenti: i corsi ai quali ho partecipato mi hanno consentito di essere sempre aggiornata sui nuovi servizi erogati da Poste».



«Sicurezza e positività: mi sento realizzata»

L'aspirazione di **Erica Tegacci** è sempre stata quella di lavorare per Poste: «Ora che ho coronato il mio sogno, mi sento una persona felice. La sicurezza e la positività che questa azienda trasmette, mi fanno sentire realizzata. Il lavoro è tanto e anche impegnativo, ma quando operi affiancata da un team molto disponibile e preparato, tutto diventa più semplice. Ai nuovi assunti viene riservata un'accoglienza molto calorosa e uno degli aspetti che maggiormente mi gratifica - prosegue Erika - è rappresentato dal fatto che ci sono ottime possibilità di migliorarsi, anche per ciò che riguarda il proprio ruolo».



I NOSTRI PALAZZI

Firenze, nei nostri uffici di via Pellicceria

Il Palazzo delle Poste di Via Pellicceria 3, nel cuore di Firenze, si sviluppa su cinque piani ed è occupato da Poste Italiane (ad eccezione dei piani 3° e 5° di proprietà dell'Agenzia del Demanio). L'immobile ha una superficie complessiva di circa 15.000 mq e ospita, oltre all'ufficio storico "Firenze Vaglia e Risparmi" al piano terra, le seguenti strutture: MP, DTO, CA



(IM, TA, ACQ, RI, AL, RUO, Affari istituzionali e Media Relations). Dal punto di vista architettonico, l'edificio rappresenta un elemento importante del processo di evoluzione post-unitaria del tessuto medioevale nella zona del Vecchio Mercato del centro storico. Nel 1905 fu redatto il progetto esecutivo e nel 1906 iniziarono i lavori. Il Palazzo venne inaugurato nel 1917.

PAROLA ALLE ISTITUZIONI

«Poste ci fa sentire la sua vicinanza»

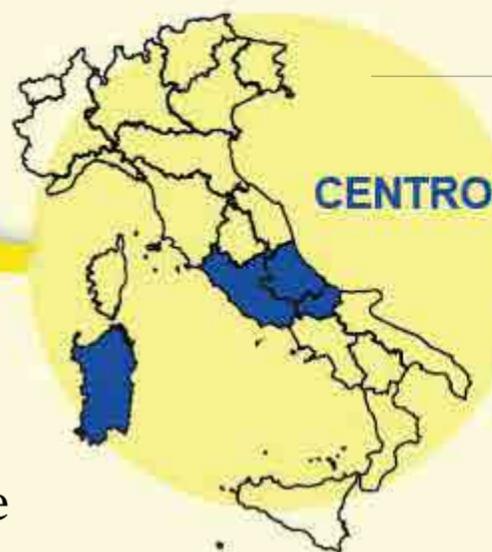
Riapre al pubblico l'Ufficio Postale di San Benedetto Val di Sambro. Sono terminati infatti i lavori di ristrutturazione della sede di via Roma 2 finalizzati ad accogliere, appena saranno operativi, tutti i principali servizi della PA grazie al progetto "Polis-Casa dei Servizi Digitali". «Le Poste rappresentano ancora un servizio di prossimità molto importante - dichiara il sindaco di San Benedetto Val



di Sambro, Alessandro Santoni - per questo è fondamentale garantire un livello di accessibilità che sia capace di garantire qualità. Ringrazio Poste Italiane per aver investito nell'ufficio del nostro Comune e mi congratulo con loro per la qualità dell'intervento». Secondo il Sindaco, la vicinanza di Poste alla comunità «è un segno importante per un Paese che vuole crescere, e che cresce».



noi al centro



REPORTAGE

Una Stella al Merito guida uno degli uffici della città laziale

«Dai finanziamenti ai prodotti filatelici a Rieti sempre pronti a ogni richiesta»

«Pronti ad esaudire ogni richiesta del cliente» è lo slogan del team di lavoro del direttore Pietro Pistoni, che accoglie numerosi appassionati di francobolli, annulli e cartoline e che ha adottato un metodo di approvvigionamento del materiale ispirato a criteri di sostenibilità

di **BARBARA PERVERSI**



A poco più di 100 passi dal centro geografico d'Italia, **Pietro Pistoni** conduce con mano agile, di chi ha vissuto le trasformazioni dell'azienda, un affiatato gruppo di 14 colleghi dello storico ufficio postale di Rieti Garibaldi, nel cuore del capoluogo sabino che sta rifiorendo. L'ufficio postale centrale, che è strutturato anche con tre sale consulenza e una sala business, serve un bacino molto vasto di utenti.

Il refrain dell'ufficio

Pietro, uno dei 65 dipendenti di Poste Italiane fregiati della Stella al Merito del Lavoro nel 2023, spiega che i punti di forza dell'ufficio sono «lo sportello filatelico che alimenta varie iniziative e attrae molti appassionati, il cambio di valuta estera in ben quattro divise che richiama clienti da tutta la provincia e l'assistenza ai numerosi stranieri che si rivolgono agli sportelli per richiedere il permesso di soggiorno». Il gestore attese, che rende possibile la prenotazione da remoto e il riconoscimento immediato del cliente, ha indubbiamente accelerato le operazioni. I terremoti e la pandemia da Covid-19 hanno modificato il tessuto della cittadina, con conseguenze soprattutto sulla clientela business. Refrain dei colleghi è che «il cliente non è un ospite e l'intero ufficio è pronto ad esaudire ogni richiesta che venga dall'utenza», cogliendo le occasioni per proporre nuovi prodotti e servizi, in modo particolare le Postepay Evolution, le offerte energia e telefonia. Ad esse si aggiungono i finanziamenti, soprattutto per spese personali, elaborati dalla consulente finanziaria **Giulia Censi**, una dei giovani laureati assunti recentemente da Poste, seguita dai consulenti senior **Ales-**



Da sinistra: Letizia Malatesta, Simona Passari, Giulia Censi, Rossana Baronetti, Tonino Mancini, Lucia Di Falco, Rosanna Bianchetti, Andrea Campogiani, Patrizia Mei, Pietro Pistoni (Dup), Raffaella Di Cecco, Andrea Petrone (direttore di filiale), Simona Russo



Pietro Pistoni, direttore dell'ufficio postale di Rieti Garibaldi

sandra Folcat e Roberto Pintore «sempre pronti ad aiutarmi e consigliarmi». Andare incontro ai colleghi e ai clienti è la missione di **Tonino Mancini**, collaboratore del direttore e facente funzione in caso di assenza: «Per indole - spiega - mi identifico nelle necessità dell'altro cercando di risolvere ogni dilemma».

Un appuntamento internazionale

Rieti sale alla ribalta internazionale anche grazie alla annuale Fiera mondiale del Peperoncino in occasione della quale è stata realizzata una cartolina per annullo filatelico. Una passione che accomuna tanti reatini così come persone che scrivono da vari angoli d'Europa, cui **Lucia Di Falco** risponde con cura e passione inviando gli annulli filatelici richiesti per libri, cartoline, fotografie e ricordi personali. Spiega Lucia che, grazie alle numerose attività filateliche svolte dall'ufficio postale in città e provincia, «sono ormai molti gli appassionati che acquistano i libri di francobolli e i vari prodotti filatelici». Nel frattempo, un cliente si avvicina allo sportello filatelico richiedendo i francobolli e la cartolina dedicati al Perugino, emessi a giugno nel 500° anniversario della scomparsa dell'artista.

Mettersi alla prova

Tra le buone pratiche dell'ufficio postale di Rieti l'applicazione di un metodo di stoccaggio e approvvigionamento del materiale per il pubblico ispirato da criteri di risparmio e sostenibilità. La sostenibilità è anche sociale e di questo ne è ben consapevole **Andrea Petrone**, Responsabile di filiale dal 2022. Lavorare in Poste, spiega «dà l'occasione di mettermi alla prova in una realtà aziendale in cui il contatto e le relazioni con pubblico e colleghi sono fondamentali così come il misurarmi con il ruolo sociale di Poste».

#POSTECOMMUNITY

Ecco i colleghi della Filiale di Nuoro



Il team della Filiale di Nuoro guidato dal direttore Andrea Madeddu

IERI E OGGI



A Sassari centro con il Dup Stefano Corrias

Ieri L'ufficio postale di Sassari Centro nel 2003
Oggi da sinistra: Stefano Corrias (Dup), Simona Bachiddu, Stella Padola, Tanya "Gaetana" Nocera, Alessia Usai, Paola Biddoccu, Maria Grazia Rubattu, Eleonora Corveddu, Laura Spina, Gianna Santoni, Costantino Gadeddu, Gavino Barone, Antonella Pischredda e Giovanni Maria Porcheddu

Se vuoi essere protagonista delle rubriche di queste pagine invia foto e/o testo a redazionepostenews@posteitaliane.it

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Giorgio Beni Resp. Vendita Finanz. TOP Centro Sud - MIPA/CFA/Vendita Finanz. TOP
Valeria Fidenzi..... Resp. Comm. Privati Filiale Viterbo - Macro Area Mercato Privati
Giuseppe Savi..... Resp. Gest. Operativa Filiale Viterbo Macro Area Mercato Privati
Valerio Cristofaro..... Responsabile Centro Assistenza Business Roma- DTO/CO/SAC
Pasquale Antonio Mastracchio Respon. Centro Servizi Acilia-DTO/CO/SBO/CSGD-RM

PROBLEMI E SOLUZIONI

Una best practice di formazione dedicata a operatori e Dup

Saper leggere le bollette dell'energia è la base per ogni buon venditore

Concetta Esposito, referente front-end di Macro Area, tiene i corsi per i dipendenti: «Con i clienti bisogna trovare le parole giuste e analizzare tutte le variabili»

Vendere non basta. Bisogna saperlo fare, soprattutto quando ci si trova in un settore con molta concorrenza come l'energia. Nelle cinque filiali di Roma è in campo su questo fronte una best practice di formazione per i dipendenti, operatori di sportello ma anche direttori di ufficio postale. A tenerli è **Concetta Esposito**, referente front-end Macroarea Centro. «Noi referenti front-end - spiega - stiamo incontrando sul territorio il motore di Poste Italiane, ovvero gli operatori front-end. Secondo me il centro di tutto è il Punto Poste Casa&Famiglia, dove le persone vengono e si sentono in famiglia. Lì creiamo un punto informativo e di confronto, non solo di vendita, perché si vende quando il cliente riceve le informazioni giuste. E più i concetti sono semplici, più il cliente comprende meglio».

Il cambio di paradigma

L'operatore di front-end non è più quello che fa soltanto delle semplici operazioni: «Oggi è un ruolo relazionale - spiega - e molti settori sono complessi, come quello dell'energia. Bisogna saper leggere una fattura. Io stessa non lo sapevo fare, oggi ho imparato, con la formazione

ma anche con la pratica. E gli incontri che facciamo nelle cinque filiali di Roma si basano su questo. Partiamo da due-tre slide con concetti generali, poi si passa alla pratica. Chiedo loro di portare alcune fatture della concorrenza con i nostri preventivi, poi diventa uno scambio di opinioni, a cui partecipano anche i capi. L'obiettivo è come affinare meglio la lettura delle bollette dei competitor, per metterli a confronto con i vantaggi che potresti avere con Poste. E la speranza è che alcuni di quei preventivi si trasformino in contratti».

Il recall del cliente

Anche il recall del cliente diventa formazione: il primo viene fatto alla presenza della responsabile: «Bisogna trovare le parole giuste». E aggiunge: «Mai fermarsi davanti alle variabili di mercato, perché i clienti sono più smaliziati. Quando abbiamo davanti un nostro preventivo che sembra più alto, bisogna analizzare tutte le variabili e i contesti, per esempio l'assenza o presenza degli oneri di sistema, e dimostrare che quello che sembra un preventivo alto non lo è».



Concetta Esposito, referente front-end

Questione di conoscenza

Tiziana Gasbarra, direttore della filiale Roma Centro, aggiunge: «Una figura di formatore come questa è fondamentale, sia per gli sportellisti sia per i direttori. L'energia è un canale nuovo per noi e lo sportellista che deve parlarne deve superare un complesso di inferiorità nei confronti del cliente. Noi facciamo capire alle persone quello di cui stiamo parlando, vale a dire perché vendiamo adesso contratti di energia. Questa cosa dà forza allo sportellista e permette anche di avere direttori formati, che in caso di necessità sanno come spiegare la cosa agli operatori».

NUOVI ASSUNTI

«Positivo che ci siano possibilità di crescita»

«Fin dall'inizio del mio percorso ho capito che lavorare per Poste è un'esperienza attiva e stimolante. Ogni giorno c'è sempre qualcosa di nuovo di cui occuparsi», dichiara il neoassunto

Andrea Liguori. «L'aspetto più significativo - aggiunge - è che vi sono buone possibilità di crescita professionale. Lavoro come consulente presso l'UP di Terracina e sono molto soddisfatto, perché spostarmi per raggiungere il mio posto di lavoro non mi crea particolari problemi. Quella in Poste, dunque, è un'attività che mi consente di avere una vita anche al di fuori dell'ambito lavorativo».



«La fiducia dei clienti mi riempie di orgoglio»

«Poste è un'azienda che mi sta dando tanto», afferma **Arianna Di Tommaso**, assunta meno di un anno fa. «Svolgo il ruolo di direttrice di ufficio postale mono operatore - prosegue - una mansione molto particolare, nella quale le responsabilità sono grandi. Il mio impegno quotidiano è comunque ben ripagato: le soddisfazioni che provo durante la mia attività lavorativa sono immense. Vedere che i clienti si fidano delle mie indicazioni e di ciò che suggerisco, mi riempie di gioia e orgoglio».



I NOSTRI PALAZZI

Le strutture territoriali nel cuore di Pescara

L'edificio storico di Poste a Pescara è situato su Corso Vittorio Emanuele, principale arteria urbana della città. All'interno dell'immobile sono allocate diverse strutture territoriali tra cui Mercato Privati, Corporate Affairs (Immobiliare, Tutela Aziendale SF/SSL, Risorse Umane, Affari Legali, GRG), Controllo Interno, PostePay, Bancoposta, MIPA, DTO. Inoltre, l'edificio ospita il C.O.S.C. Abruzzo (Polizia Postale). L'edificio risale ai primi anni del

1930. Negli anni '50-'60, il palazzo di Poste fu ampliato con la costruzione di altri due corpi di fabbrica nella parte retrostante, i cui accessi avvengono da Via Potenza e da Via Ravenna.



PAROLA ALLE ISTITUZIONI

«Con Poste sinergia fondamentale»

Alla presenza del sindaco di Montefiascone Giulia De Santis e del Direttore Provinciale dell'Inps di Viterbo Vittoria Romeo, è stato inaugurato il rinnovato ufficio postale Polis di Montefiascone, in via Dante Alighieri: «Siamo felici di vedere riaperto, dopo i lavori di ristrutturazione, l'ufficio postale - ha dichiarato il primo cittadino - e siamo anche orgogliosi che Poste abbia inserito Montefiascone tra i primi comuni interessati dal progetto "Polis"». «Nel ringraziare l'azienda nel suo complesso, ci tengo a sottolineare come la costante e proficua collaborazione di



Poste con il Comune - ha aggiunto - è stata, e sono convinta sarà anche nel futuro, una sinergia fondamentale per garantire un contributo importante nell'offerta di servizi per i nostri cittadini».



noi al sud

REPORTAGE

Nell'ufficio postale di Tropea, fra turisti e "gladiatori"

Che viavai internazionale agli sportelli affacciati sulla Costa degli Dei

Durante l'estate la popolazione quadruplica e i colleghi sono pronti a fare la loro parte: «Ma ai clienti del territorio trasmettiamo tutto l'anno la cultura della prevenzione»

di **ERNESTO TACCONE**



L'estate è ormai agli sgoccioli ma i turisti sono ancora molti. Alle 8 di mattina i bar e locali della piazza principale sono pieni di stranieri che fanno colazione e si preparano a una nuova giornata di vacanza.

Siamo a Tropea, paese di circa 6 mila abitanti in provincia di Vibo Valentia, in Calabria: località turistica ritenuta una perla incastonata nella Costa degli Dei sul Mar Tirreno, dove tra giugno e settembre la media dei residenti raggiunge anche le 25mila unità. A meno di 100 metri di distanza da piazza Vittorio Veneto c'è l'ufficio postale, dove il direttore **Silvestro Bonaventura** sta alzando le serrande per accogliere i primi clienti: un ragazzo con un pacco da spedire, una signora con la sua bambina e due anziani che stanno chiacchierando.

Focus sulla previdenza

Figlio di Vincenzo (ex collega portalettere), da circa dieci anni in Poste Italiane (entrato grazie al Progetto MIX come operatore di sportello) Silvestro è passato prima in Sala Consulenza per poi collaborare in Filiale come Specialista Operations. Il primo incarico come responsabile di ufficio postale è stato sempre in provincia di Vibo (Serra San Bruno) e adesso, da circa tre anni, qui all'ufficio relazionale di Tropea, organizzato con doppio turno giornaliero dalle 8.20



Da sinistra: Pietro Adige (direttore di Filiale), Salvatore Lo Scalzo, Elisa Bombai, Domenico Licastro, Erminia Graziano, Francescantonio Arena, Silvestro Bonaventura, Valeria Galati, Giovanni Costanzo, Romana Piserà, Irene Gallista

alle 19.05 (il sabato fino alle 12.35). «Siamo 14 colleghi, abbiamo tre sale consulenza e sei sportelli polifunzionali che accettano pacchi da spedire, rilasciano sim PosteMobile o eseguono transazioni con MoneyGram - spiega Silvestro - in consulenza, ogni giorno sviluppiamo la relazione con il cliente, proponiamo soluzioni di risparmio e/o investimento o nuovi preventivi assicurativi. Ho notato che nel nostro territorio di riferimento manca un po' la cultura della prevenzione. Quindi io e i miei colleghi giornalmente lavoriamo su questo tema per spiegare alla clientela come meglio proteggersi dai diversi rischi della vita». Quello di Tropea è un ufficio postale ad alta pedonabilità che, visto l'alto numero di turisti presenti in zona (anche internazionali), deve coprire



Gli sportelli dell'ufficio postale di Tropea

quotidianamente esigenze di cambio valuta (dollari, sterline, franchi svizzeri, yen), ritiro e spedizioni di corrispondenza e pacchi, prelievo contante allo sportello ATM (più ricariche al giorno). A ogni cambio turno Silvestro, insieme al suo stretto collaboratore **Francesco Arena**, fa il punto con i colleghi della sala consulenza sui risultati registrati e sugli obiettivi ancora da raggiungere. «Vanno molto bene i nostri prodotti di telefonia e internet ultraveloce - spiega Francesco - speriamo che presto si possa aprire anche un Punto Poste Casa&Famiglia per meglio integrare nella proposta di vendita anche le offerte di luce e gas». Nel team dell'ufficio sono presenti cinque colleghi originari proprio di Tropea e dintorni. «Nella sala consulenza si lavora molto con la programmazione giornaliera degli appuntamenti - spiegano **Giovanni Costanzo** e **Domenico Licastro** - ma il vantaggio di una conoscenza stretta e di fiducia con la clientela si rivela molto prezioso nel momento della proposizione di soluzioni di risparmio e investimento anche ai clienti che stanno effettuando una transazione allo sportello».

Il Gladiatore

Tra le tante curiosità che ogni giorno accadono in un ufficio postale, il direttore ha rivelato un paio di episodi: il primo riguarda una cliente pensionata che ha chiesto spiegazioni dell'arrivo della Carta Dedicata a te (in realtà è uno strumento governativo messo a disposizione delle famiglie più bisognose per acquistare beni di prima necessità); l'altro episodio è successo un paio di settimane addietro quando si è presentato allo sportello per un cambio di valuta dollaro-euro uno stretto collaboratore di Russell Crowe, l'attore hollywoodiano premio oscar nel 2001 per il film "Il Gladiatore", in quei giorni in vacanza proprio a Tropea.

#POSTECOMMUNITY

L'unione fa la forza nella Filiale di **Potenza**



Il team della Filiale di Potenza: Angelo Mario Pasquariello, Gaetano Guarino, Giuseppe Viscardi, Antonio Maria Baldassarre, Antonello Capece, Giacomo Mangieri, Claudio Villano Barbatto, Grazia Micucci, Pasquale Viggiano, Giovanni Pisacreta, Matilde Margiotta, Alessandro Laino, Anna Palazzo, Filomena Beccasio, Eliana Cardinale, Maria Carmela Gilio, Giuseppe Fusco, Daniela Gilio, Annalisa Moccia, Rosalba Bonomo, Valentina Taurisani, Adriana Montagna, Antonio Savino, Raffaella Marotta e Lucio Mario Monaco

IERI E OGGI



Vent'anni dopo siamo tornati a San Nicola La Strada

Ieri da sinistra: M. Giordano, E. Verile, A. Del Vecchio, P. Viscusi, N. Pozzi, M. Iorio, M. Cirma, M. G. Marino, D. Ianniciello, G. Volume (dir. Filiale), C. Cantelli, S. Lapio, A. Voza, S. Mattei, O. Tamburro, A. Caccavale, A. Crupi, S. Chiariello, M. R. Spillieri

Oggi da dietro a sinistra: Michele Vigliotta, Sonia Ciardulli, Caterina Anna Petriccione, Giovanna Rossi (Dup), Angelo Russo, Spallieri Maria Rosaria, Clementina Di Crescenzo, Rosaria Aurora Crupi, Giuseppina Santacroce, Carmela Petrazzuolo e Monica Palmiero

Se vuoi essere protagonista delle rubriche di queste pagine invia foto e/o testo a redazionepostenews@posteitaliane.it

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Giorgio Beni Resp. Vendita Finanz. TOP Centro Sud – MIPA/CFA/Vendita Finanz. TOP
Rafael Amedeo De Donatis Resp. Comm. Privati Filiale Foggia - MP
Simona Leo Resp. Comm. Privati Filiale Lecce - MP

PROBLEMI E SOLUZIONI

I servizi della PA come opportunità per la consulenza

«A Piedimonte Matese più pedonabilità e business grazie al progetto Polis»

L'esperienza dell'ufficio postale di Piedimonte Matese, in provincia di Caserta: il lancio della "casa digitale" ha rappresentato un gancio per nuovi contratti di energia e telefonia

Aumentare la "pedonabilità" all'ufficio postale è un gioco di squadra, nel quale ogni singolo è importante. È in questo modo che a Piedimonte Matese hanno aumentato il feeling con i clienti e, di conseguenza, anche il numero di coloro che si affidano a Poste Italiane per i servizi del progetto Polis. Dallo scorso febbraio, infatti, la struttura casertana è parte del progetto di Poste Italiane volto a trasformare gli uffici postali dei comuni sotto i 15.000 abitanti in vere e proprie case digitali dove poter usufruire anche dei servizi della pubblica amministrazione. Servizi che non danno un vantaggio economico diretto a Poste Italiane.

I grandi numeri e la crescita

Capacità di fare squadra e le giuste scelte hanno trasformato però i clienti occasionali in nuovi clienti anche di Poste. Lo racconta **Francesca Marcello**, arrivata a dirigere l'ufficio postale nel 2020 dopo una esperienza quasi ventennale. «Noi facciamo già grandi numeri in generale, ma da inizio anno siamo molto cresciuti su energia, chiudendo tanti contratti, anche sulla raccolta», dice Francesca. «Segno che i clienti si fidano e investono da noi. Il progetto Polis lo abbiamo visto come un'opportunità perché ha aumentato le presenze quotidiane nel nostro ufficio: tanti entrano solo per curiosità, magari dopo aver usufruito del nostro totem esterno con i nuovi servizi Polis: è lì che entriamo in gioco noi».



Loredana Civitillo,
Giovanni Mazzarella,
Samantha Fucci,
Francesca Marcello,
Luciana Capone,
Anna di Marco,
Albina Paone,
Dalila Cappabianca,
Antonio Colleroso,
Sara Simeone

Il piano d'attacco

Il segreto di questa escalation? Presto detto: «Quando ci sono delle nuove proposte, noi facciamo un briefing e studiamo un piano d'attacco», aggiunge Francesca. La chiave è il rapporto personale con il cliente, ma anche la motivazione di ciascun collega. Spiega: «Cerco sempre di trasferire alla squadra nuovi stimoli per raggiungere i risultati. Il valore aggiunto è l'impegno di tutti, la professionalità con la quale ci arriviamo, perché il cliente lo percepisce sempre. La relazione e la comunicazione poi è fondamentale, perché ci consente di arrivare ai bisogni del cliente, lo accompagniamo dentro i servizi che offre l'azienda e anche dopo, con una assistenza post vendita: non è un contratto che si chiude, ma uno che si apre. Il cliente soddisfatto è un cliente che ritorna».

Dall'Inps ai nostri servizi

Ecco alcuni esempi di come agisce l'ufficio postale: «Ci capita ad esempio di vedere pensionati che vengono da noi a ritirare il modello Obis M perché all'Inps

dovrebbero prenotarsi ed aspettare giorni. Da noi basta prendere il numero. L'operatore a quel punto, individuate le esigenze, indirizza il pensionato in sala consulenza dove molto spesso diventa un possibile cliente per i nostri servizi. I clienti bancari, che sono solitamente quelli più diffidenti, cerchiamo di incuriosirli spiegando loro che anche da noi ci sono quel tipo di offerte e di sicuro più competitive e concorrenziali. Lo stesso facciamo per i contratti dell'energia o del telefono, come ad esempio è avvenuto quando abbiamo chiuso sette contratti allo stesso cliente che compiaciuto dalla competenza dell'operatore del Punto Poste Casa&Famiglia ci ha affidato la gestione di tutte le proprie utenze». E conclude: «Siamo riusciti a creare un clima positivo all'interno dell'ufficio ed è proprio questo rapporto fra le persone, il rapporto umano, a far sì che riusciamo a lavorare in sinergia così bene fra noi e farci amare dai clienti che dal nostro sorriso riescono subito a cogliere la passione che ci mettiamo e la nostra professionalità».

NUOVI ASSUNTI

«Con i clienti mi guida il senso di responsabilità»

«Lavorare per Poste è un'esperienza stupenda», esordisce **Laura Benincasa**. «Sono molto soddisfatta del percorso che ho intrapreso, anche perché è perfettamente in linea con quelle che sono le mie competenze, anche da un punto di vista degli studi. Il contatto con le persone è la cosa che mi piace di più - aggiunge Laura - è bello rappresentare una sicurezza per tutti i clienti. Mi occupo di gestire i risparmi delle persone e per questo motivo avverto fortissimo il senso di responsabilità per un ruolo così delicato. Lavorare per Poste rappresenta una continua scoperta: provo grande soddisfazione».



«Il contatto con le persone è uno stimolo quotidiano»

«La mia nuova esperienza con Poste è iniziata nello scorso mese di giugno: si tratta di un lavoro non semplice, anche per la limitata conoscenza del territorio nel quale mi trovo a operare», spiega **Giovanna Colella**. «Tutto ciò rappresenta una sfida, che porto avanti con impegno ed entusiasmo. La parte più bella del mio lavoro è il contatto con le persone. Inoltre, mi piace molto questa possibilità che si ha di gestire in autonomia il proprio lavoro. Doti di praticità e capacità di risolvere le problematiche rappresentano dunque due qualità che non devono mai mancare per chi lavora in Poste Italiane».



I NOSTRI PALAZZI

Poste nella sede storica di **Avellino**

L'edificio di Poste Italiane di Avellino è diviso in due aree: l'ala destra destinata al pubblico e sede degli uffici (Ufficio Postale e uffici direzionali della Filiale di Avellino) e l'ala sinistra, ora occupata dagli uffici del MEF (Ragioneria Territoriale dello Stato di Avellino). L'edificio che ospita la Filiale di Avellino, nella sua forma originaria, è stato realizzato su progetto dell'ingegnere Nicola Ferrara negli anni '20. La tipologia dell'edificio è ad "U", con le due ali laterali



prospicienti sul cortile interno. Le facciate sono caratterizzate da cornici, mostre di finestre, lesene e rivestimenti in pietra e stucco che definiscono in maniera chiara lo spartito dell'edificio, dall'attacco a terra fino al cornicione di copertura.

Gli ingressi principali sono caratterizzati da grandi archi a doppia altezza delimitati da colonne laterali su ampi basamenti rivestiti in pietra che inquadrano le scalinate d'accesso al piano rialzato.

PAROLA ALLE ISTITUZIONI

«Con Polis Poste ci proietta nel futuro»

A Cetraro, alla presenza dei vertici di Poste Italiane e dei rappresentanti istituzionali, è stato inaugurato il primo ufficio postale della Calabria del Progetto Polis. «La nostra città e il territorio sono grati a Poste Italiane per aver scelto questa sede come progetto pilota della "Casa del Cittadino". Una evoluzione digitale che passa da Cetraro e si proietta nel futuro, servizi



utili e fondamentali per lo sviluppo sociale, economico e produttivo», ha dichiarato il sindaco di Cetraro Ermanno Cennamo. «Polis rappresenta il modo per offrire servizi di prossimità in quelle zone del Paese distanti dai Centro Servizi, generalmente ubicati nei punti a maggior densità abitativa» ha aggiunto Giuseppe Greco presidente regionale Inps.



noi in sicilia



REPORTAGE

I “rituali” quotidiani del Centro di Distribuzione siciliano

«Marsala: caffè insieme come in famiglia l'ingrediente per cominciare la giornata»

Samanta Bonsignore guida un gruppo di lavoro, prevalentemente a trazione femminile, che ha costruito l'affiatamento attraverso numerosi momenti di condivisione, dalle mimose l'8 marzo all'albero di Natale con i pacchetti gialli e il fiocco blu

di **ANTONELLA DEL SORDO**



«Sono solo due e di pochi minuti, ma uniscono e battono i tempi. Senza quelli non si inizia e non finisce la giornata», racconta **Samanta Bonsignore**, direttrice del Centro di distribuzione di Marsala. Samanta ha 47 anni, è madre di due ragazzi e capo di uno staff tutto al femminile. Che, come ci tiene a sottolineare, si è scelta perché «le donne sono più tenaci e più caparbie e mettono il cuore nel lavoro come in famiglia».

Samanta è pendolare da quando è entrata in azienda nel 2008. Una gavetta dal basso, in mobilità. Da nord a sud, da est a ovest, fino a diventare direttrice a Marsala. Vive a Mazara del Vallo con suo marito, alle 6 è già in piedi per lasciare tutto organizzato prima di andare in ufficio. A volte, quando i turni coincidono, viaggia anche la collega e amica **Enza Maria Perrone**, 46 anni, che lavora in staff con lei e si occupa di qualità. Con Enza si frequentano oltre gli orari d'ufficio, ma raramente smettono di parlare di lavoro. Neanche in presenza dei mariti che minacciano di non uscire più a cena con loro. «Io e Enza parliamo di lavoro sin dal tragitto per andare al centro di recapito – confessa Samanta – Alle 7 iniziano le prime telefonate del personale. Imprevisti e malattie. Alle 7.45 sono già in ufficio. Mi piace arrivare prima di tutti, così ho il tempo di leggere le mail e di condividere subito dopo l'organizzazione del lavoro con le caposquadra».

Ai blocchi di partenza

Ma la macchina operativa si mette in moto, al completo, alle 8.15 circa. Ovvero quando i portalettere bussano alla porta della direttrice per condividere il consueto e irrinunciabile caffè. Un momento intimo, dove si parla di tutto. Come si fa in famiglia. Alle 8.20 tutti ai blocchi



Il team del CD di Marsala capeggiato da Samanta Bonsignore

di partenza. Le caposquadra **Maria Privitera**, 46 anni di Marsala, e **Donatella Errante**, 39 di Castelvetro, organizzano la sala con i portalettere (28 uomini e 12 donne) prima dell'uscita. Mentre i portalettere sono in gita, le caposquadra aggiornano i fogli di marcia per la gestione e la manutenzione ordinaria e straordinaria dei mezzi. Un lavoro di precisione e di grande responsabilità. Come quello di Enza Perrone, responsabile della Qualità, che si occupa di verificare i tempi di lavorazione del prodotto e riorganizzare la messa in consegna. Enza lavora su turni che la portano a iniziare la sua attività anche alle 5 di mattina o a concluderla alle 21.

Appuntamenti irrinunciabili

Il momento del pranzo, Samanta lo definisce comico. «Ognuno di noi, verso le 13, e comunque sempre



dopo il rientro dei portalettere, sgranocchia qualcosa in postazione. O portato da casa o ordinato al bar». Solo dopo aver mangiato in “solitaria”, iniziano a scambiarsi sguardi complici finché qualcuno non rompe il silenzio: «Direttrice, che dice, ce lo vogliamo prendere il nostro caffè?». Poi tutti al lavoro di nuovo.

Per organizzare il lavoro della linea business e riorganizzare la logistica della posta e dei pacchi non consegnati. La giornata si chiude alle 21 quando escono le lavorazioni T E T per entrare nei dispacchi a nuova destinazione. Due sono anche gli appuntamenti irrinunciabili per il team di Marsala. L'8 marzo, torte farcite e mimosa per tutti. Il 7 dicembre, da tradizione istituita da Samanta, si addobba tutti insieme l'albero di Natale con piccoli pacchetti gialli dal fiocco blu, rigorosamente fatti a mano.

#POSTECOMMUNITY

Nell'Ufficio Postale di **Messina 13**



Il team dell'Ufficio Postale Messina 13

IERI E OGGI

Ieri 2004 | Milazzo Centro (ME) | oggi 2023



Come è cambiato l'Ufficio Postale di Milazzo Centro

Ieri da sinistra in piedi: R. Celi, V. Imbesi, P. Caizzone, S. Cavallaro, A. G. Carlino, G. Giannino, R. D'Arrigo, A. Tamà, P. Caruso (direttore), P. Luraschi, G. Campione, A. Sblendore, A. M. De Maina. Accosciati, da sinistra: R. Mormina, M. Schillaci, F. Scafidi, G. Mirabile

Oggi Il team dell'UP di Milazzo Centro (Messina)

Se vuoi essere protagonista delle rubriche di queste pagine invia foto e/o testo a redazionepostenews@posteitaliane.it

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Giorgio Beni Resp. Vendita Finanz. TOP Centro Sud – MIPA/CFA/Vendita Finanz. TOP

PROBLEMI E SOLUZIONI

Sperimentato il valore aggiunto di una professionalità interna

Una Building Manager come direttore dei lavori per dimezzare i tempi

Arianna La Sala, di Immobiliare Sicilia, si è occupata in prima persona dei sopralluoghi legati a Polis Light: una scelta vincente grazie alla conoscenza degli uffici



Un UP Polis Light. Sotto, il sopralluogo

L'obiettivo del Progetto Polis è favorire la coesione economica, sociale e territoriale del Paese e il superamento del digital divide nei piccoli centri e nelle aree interne. Poste Italiane sta sostenendo investimenti e interventi per la trasformazione e innovazione degli Uffici Postali e per la realizzazione di spazi di co-working. Tali interventi permettono di generare impatti sia lungo la catena di fornitura sia all'interno del Sistema Paese. Ed è proprio in quest'ottica che è possibile inserire la best practice utilizzata da Area Immobiliare Sicilia nell'ambito del progetto Polis Light, il progetto di intervento che riguarda l'ammodernamento o la realizzazione di uffici postali nei piccoli comuni (quelli sotto i 2.000 abitanti).



La riduzione dei tempi

Riuscire a coordinare in modo tempestivo e sistematico il lavoro delle imprese è stato, poi, un altro aspetto fondamentale. Poter disporre già all'interno dell'azienda di una figura manageriale come quella di Arianna La Sala, che, oltre a essere un architetto abilitato alla professione, ha profonda conoscenza sia dei siti sia delle attività che avvengono all'in-

terno degli uffici postali, ha reso quanto mai efficace la direzione lavori. Che si è svolta in un periodo di tempo inferiore (una media di soli 7 giorni in taluni casi di 5 giorni, rispetto alla media nazionale che è di 17 giorni), abbattendo del 55% i giorni medi necessari per il completamento dei lavori e per rendere operativo l'ufficio postale. «La soluzione vincente è rappresentata dal fatto che abbiamo pensato di ingaggiare piccole imprese, piuttosto che ditte che svolgono lavori più consistenti – conferma **Pierluigi Perretta**, Responsabile Macro Area di Immobiliare Sicilia – e anche questo aspetto ha rappresentato la scelta vincente per poter portare a termine il progetto in un tempo decisamente inferiore e a costi particolarmente vantaggiosi, che hanno consentito all'azienda anche un risparmio economico». Particolarmente significativa, ai fini della risoluzione del problema, è stata la capacità di conoscenza del territorio. L'importante intervento è stato reso possibile anche grazie alla proficua sinergia che si è venuta a creare fra Immobiliare di Poste e i colleghi di Relazioni Istituzionali e Mercato Privati, nell'ottica di quel "gioco di squadra" che ha sempre contraddistinto la filosofia voluta da Poste Italiane. Il progetto di Area Immobiliare Sicilia potrà dunque essere replicato anche altrove e in altre occasioni.

Sopralluoghi a tappeto

Qual è stata, dunque, la scelta attuata da Area Immobiliare Sicilia per velocizzare i tempi di intervento e rendere operativo un ufficio postale del territorio, secondo i canoni richiesti dal progetto Polis Light? L'Area Sicilia (primo esempio in tal senso) sta specializzando i suoi Building Manager per essere direttamente referenti in determinate tematiche che comportino alcune tipologie di gestione burocratica. Una figura facente parte dell'organico interno che si interfaccia in prima persona con i fornitori rappresenta un valore aggiunto in termini di tempo e di contenimento delle spese: «L'importante traguardo – sottolinea **Arianna La Sala**, Building Manager di Area Immobiliare Sicilia – è stato raggiunto ottimizzando la pianificazione dei cantieri secondo aree geografiche e programmando con attenzione i lavori con i fornitori e anche effettuando sopralluoghi a tappeto prima dell'inizio dei lavori. Di tutto ciò mi sono occupata io direttamente, affiancata nei sopralluoghi dal collega building manager **Marcello Canfarotta**».

NUOVI ASSUNTI

«Qui ho la sensazione di crescere ogni giorno»

«Posso dire di essermi sentito subito a casa», racconta **Salvatore Caruso**. «Qui la formazione dei nuovi assunti riveste un'importanza fondamentale. L'azienda mi segue passo dopo passo e il supporto che ricevo mi ha davvero stupito in positivo. Ho la sensazione - prosegue - di crescere ogni giorno di più e questo aspetto è molto significativo anche per l'autostima e l'entusiasmo. Il lavoro che svolgo mi piace e anche il fatto che io possa interpretare più ruoli è un particolare che mi gratifica, fornendomi lo stimolo necessario per dare sempre il meglio di me stesso».



«Che orgoglio far parte di un'azienda così»

«Stimolante e gratificante»: ecco i due aggettivi che **Giulio Di Marco** accosta al suo primo periodo di lavoro. «Sono in azienda da pochi mesi e già mi accorgo che i margini di crescita, per me, sono enormi - racconta - Svolgo la mansione di operatore senior e trovo questo lavoro molto stimolante. Provengo da un'esperienza lavorativa precedente nella quale dinamismo e modernizzazione erano i tratti salienti, dunque ho sempre pensato che il cambiamento fosse una caratteristica positiva in ogni lavoro. Qui in Poste, oltre a questo, ho trovato anche tradizione e storia, aspetti che mi rendono orgoglioso di far parte di un'azienda così importante per il Paese».



I NOSTRI PALAZZI

Le funzioni nell'immobile direzionale di Palermo

L'immobile direzionale di Via Roma 320 a Palermo, famoso anche per le opere d'arte futuriste custodite al suo interno, ospita gli uffici di Filiale Palermo 1 e 2, l'Ufficio Postale di Palermo Centro e Recapito Pcl ed è sede regionale della funzione aziendale di Affari Legali. All'ultimo piano ci sono gli uffici del Ministero dello Sviluppo Economico. Con i suoi circa 17.280 mq è un'icona dell'architettura degli anni '30, progettato dall'ingegnere Angiolo Mazzoni ha un pregio monumentale e artistico riconosciuto in tutto il mondo.



PAROLA ALLE ISTITUZIONI

«Grazie Poste, presenza essenziale»

I cittadini di Castelbuono possono dire con orgoglio di essere stati i primi della provincia di Palermo ad assistere, lo scorso mese di luglio, all'inaugurazione di un ufficio postale del progetto Polis. All'evento erano presenti i vertici di Poste Italiane, il responsabile Inps di Petralia Soprana, il dottor Alberto Vullo, il sindaco Mario Cicero e il presidente del consiglio comunale



Mauro Piscitello. «Ringrazio Poste Italiane – ha dichiarato il sindaco Mario Cicero – perché in un Paese in continuo cambiamento e sviluppo conferma la propria presenza in tutti i comuni, piccoli e grandi. Oggi ancora di più gli uffici postali garantiscono servizi essenziali al passo con le sfide del mondo contemporaneo e con le esigenze dei cittadini».



la bacheca dell'azienda

Poste e ELIS a sostegno dei giovani con il progetto NextGeneration

Per il quarto anno consecutivo, il progetto "Next Generation" ha permesso di avvicinare le nuove generazioni, per svilupparne potenzialità e aspirazioni, creando un ponte tra giovani e mondo del lavoro. L'iniziativa, promossa da Poste Italiane, in collaborazione con il Consorzio ELIS, si colloca nell'ambito delle politiche di welfare aziendali, e ha l'obiettivo di favorire la diffusione tra gli studenti della cultura di impresa, di sviluppare competenze utili per il loro futuro e promuovere l'orientamento al lavoro. Il progetto ha visto il coinvolgimento di studenti tra i 16 e i 18 anni dell'Istituto Tecnico turistico Ciampini Baccari di Novi Ligure (AL), del Liceo scientifico Sportivo di Amatrice (AQ) e dell'Istituto Fermi di Barcellona Pozzo di Gotto (ME). Inoltre sono stati coinvolti i figli dei dipendenti di Poste Italiane della stessa età. Nel corso dell'anno sono stati organizzati diversi incontri formativi e laboratori, con lezioni in aule virtuali per approfondire tematiche di rilievo per lo sviluppo di nuove competenze, che hanno visto la collaborazione di professionisti dei vari settori, con cui gli studenti hanno avuto la possibilità di confrontarsi per raccogliere stimoli e riflessioni utili per il loro orientamento professionale. Quest'anno il progetto ha



focalizzato l'attenzione dei ragazzi sul valore della lettera scritta a mano come strumento di comunicazione, come espressione di libertà e mezzo per stabilire un contatto con l'altro. Grazie alla collaborazione con l'istituto penale per minorenni di Roma "Casal del Marmo" è stato avviato il progetto "A metà strada", promuovendo uno scambio epistolare tra i ragazzi delle scuole e i loro coetanei detenuti. È stata un'esperienza molto coinvolgente per tutti i ragazzi, che hanno trovato un amico di penna con cui non solo hanno sperimentato l'emozione, oramai di altri tempi, derivante dall'inviare e ricevere lettere, ma hanno avuto la possibilità di confrontarsi con giovani il cui vissuto è molto diverso dal loro. Per i ragazzi detenuti in particolare, è stata un'occasione

di apertura al mondo esterno e un modo per misurarsi con le proprie emozioni e le proprie capacità espressive. Una fase importante del progetto è stata la settimana dedicata al Creathon, una maratona creativa in cui i ragazzi, divisi in sei gruppi, hanno provato a ideare un francobollo. Al termine dei lavori, una giuria aziendale, ha premiato il progetto "Alchimia delle rime" che ha rappresentato il concetto di "amico di penna", tramite uno scambio epistolare tra Giovanni Pascoli e un ragazzo di 16 anni vittima di bullismo. Inoltre la giuria ha deciso di assegnare un premio aggiuntivo denominato "A metà strada" ai due ragazzi originari di Amatrice, devastata dal terremoto del 2016 che hanno realizzato un francobollo raffigurante il campanile della loro città, circondato dall'abbraccio di una fenice come simbolo di rinascita. Il percorso si è concluso con la partecipazione al Summer camp residenziale al centro Elis di Roma, dove i ragazzi si sono ritrovati insieme per una settimana, per realizzare l'idea vincitrice del Creathon. Hanno acquisito nuove competenze imparando a utilizzare programmi di grafica, oltre ad un uso consapevole dell'intelligenza artificiale.

"InEvidenza", i risultati della survey dedicata alla comunicazione interna

Il 70% dei partecipanti ha dichiarato di essere soddisfatto delle informazioni che riceve dai canali aziendali

Da tempo la nostra Azienda ha avviato un dialogo diretto con le proprie persone attraverso survey continuative nell'ambito del filone "La tua opinione conta". Tra queste troviamo "InEvidenza", indagine d'ascolto periodica aperta a tutta la popolazione aziendale che ha l'obiettivo di intercettare spunti ed esigenze dei colleghi su canali e strumenti di comunicazione interna e sulle iniziative diffuse attraverso di essi. L'ultima survey, conclusa nel mese di luglio, ha evidenziato un buon livello generale di soddisfazione rispetto alle comunicazioni ricevute dalle persone di Poste attraverso i

canali di comunicazione interna. Significativa anche la percentuale di colleghi che si ritengono orgogliosi o molto orgogliosi di lavorare in Poste Italiane, pari al 79% degli intervistati. Il 36% dei partecipanti alla survey ha indicato che la ricerca e la consultazione di contenuti come le convenzioni, il cedolino o l'inserimento di trasferte, sono tra gli strumenti/canali che soddisfano maggiormente le proprie necessità di comunicazione. Tutte le nostre survey sono disponibili sull'intranet e sull'app nella pagina "La tua opinione conta".



Inquadra il QR code per leggere i risultati della survey



SEGUICI su [TGPOSTE.POSTE.IT](https://www.tgposte.poste.it)

L'Open Learning Area di Poste Italiane si rinnova

OLA, la Open Learning Area, si rinnova e offre una library che spazia tra discipline e temi diversi, per fornire conoscenze e strumenti preziosi, utili nell'immediato e nel lungo periodo. Oltre 70 nuovi contenuti formativi, disponibili per NoidiPoste per tutti i dipendenti del Gruppo Poste Italiane, per circa 300 iniziative totali, aggiornate costantemente nella certezza che la formazione sia uno degli investimenti più proficui, per l'Azienda e per tutte le sue persone. Tutti i contenuti sono organizzati in un ecosistema composto da 20 diverse sezioni OLA; ciascuna di esse approfondisce specifici temi e lo fa con un'offerta formativa diversificata sia dal punto di vista del format che delle metodologie didattiche utilizzate. Ad esempio, per chi apprende più facilmente attraverso informazioni brevi



e focalizzate sono disponibili contenuti progettati con la metodologia del micro-learning; per chi preferisce imparare attraverso il linguaggio scritto sono disponibili contenuti in formato eBook; per chi invece preferisce apprendere attraverso rappresentazioni grafiche e video sono disponibili corsi in motion graphic. Accesso libero, quindi, e autonomia nella scelta di contenuti formativi di interesse consapevoli che la motivazione ad apprendere è una questione di responsabilità individuale.

Champions Poste Italiane: Filiali in gara, unite per l'obiettivo!

Il primo settembre due nuove iniziative hanno visto il loro avvio, tra emozione e voglia di vincere: la Champions Prestiti BancoPosta, un classico appuntamento dopo la pausa estiva che in questa edizione si arricchisce anche di un riconoscimento speciale per quelle Filiali che, con costanza, migliorano le proprie performance di anno in anno, e la Canvass Risparmio Postale, che inaugura un nuovo format che prevede il riconoscimento economico legato all'incentivazione e anche un evento celebrativo per le Filiali che risulteranno Champions tra settembre e novembre. Proprio quest'ultima iniziativa riveste per Poste italiane una importante e strategica leva per consolidare il legame e

l'impegno preso con CDP per il bene del Paese. Una sfida con se stessi per gestire i bisogni di risparmio dei nostri Clienti e riuscire a raggiungere i risultati di raccolta netta risparmio attesi, riducendo i rimborsi anticipati di Buoni Postali per dare stabilità alla Raccolta. Ormai da quattro anni, la Rete ha imparato ad apprezzare questi momenti di focalizzazione, che coinvolgono e uniscono tutta la filiera commerciale per portare la propria Filiale a vincere la partecipazione all'evento celebrativo. Passione, tenacia e impegno guidano testa a testa appassionati fino all'ultimo giorno, perché la squadra di Filiale ha bisogno del supporto di ogni singolo ufficio e di ogni singolo collega per superare gli "acerrimi amici".

Record di partecipazioni della Nazionale di Poste all'Azzurri Partner Cup a Coverciano

Anche quest'anno il Centro Tecnico di Coverciano ha riaperto le porte alla "Azzurri Partner Cup", il torneo di calcio a 7 organizzato dalla Federazione Italiana Giuoco Calcio per consolidare il legame con le aziende sponsor della Nazionale italiana.

L'edizione 2023, che ha registrato la cifra record di 24 squadre iscritte, è stata impreziosita dalla presenza di Francesco Totti nelle vesti di allenatore-giocatore di una delle formazioni presenti. Per lui un ritorno dopo tanti anni nella casa della Nazionale azzurra con la quale nel 2006 si era laureato Campione del Mondo a Berlino.

Dopo tre finali consecutive e due trofei portati a casa, questa volta la competizione non ha sorriso alla squadra di Poste Italiane, punita dalla sfortuna nella fase a eliminazione diretta. Guidati da un altro grande protagonista della Nazionale italiana come Angelo Di Livio, i gialloblù infatti avevano superato agevolmente il girone, imponendosi di autorità 7-0 contro Socios con doppietta di Sorteni, Scacchetti, Gaetano Toscano, Pianetti, Campisi e Amici; regolando 3-0 gli avversari di Facile Ristrutturare grazie a un capolavoro di Giuseppe Toscano, Veneziano e Pianetti e chiudendo in bellezza 2-0 contro Team System con le reti firmate da Gaetano Toscano e Nicolosi. Grande equilibrio invece nella sfida



contro Eni ai quarti di finale, terminata 0-0 nei tempi regolamentari e risolta solo ai calci di rigore. Dal dischetto tanta sfortuna e un pizzico di imprecisione hanno costretto la Nazionale di Poste a cedere il passo agli avversari, nonostante un percorso di tutto rispetto confermato dai 12 gol segnati e 0 subiti.

Per la cronaca, la quinta edizione del torneo è

andata a EY che ha raggiunto Poste in vetta all'Albo d'oro della competizione. Superata l'iniziale e comprensibile delusione, la squadra di mister Di Livio è già pronta a tornare in campo con ritrovato entusiasmo nelle prossime sfide che la vedranno impegnata a promuovere valori importanti quali l'inclusione e il fair play e a sostenere cause benefiche in territori o comunità disagiate.



il nostro impegno

“Faccio bene”: un’esortazione ad esserci e un impegno, ogni singolo fa la differenza

I progetti e le iniziative del volontariato d’impresa di Poste Italiane

Con questa frase che risuona come un urlo catartico di soddisfazione parte il volontariato aziendale in cui il “Tu” fa la differenza e rende protagonista ogni singola persona, sancendo il senso di appartenenza di tutti i dipendenti e le dipendenti che uniti fanno del bene a se stessi, e alla comunità. Il volontariato si basa sull’impegno proattivo e sul forte coinvolgimento della gente di Poste che decide autonomamente di entrare a far parte della community di volontari, e dedica il proprio tempo, al di fuori dell’orario di lavoro, a progetti e aree di interesse: dall’educazione alle fragilità, dall’ambiente alla salute, dalla violenza di genere all’inclusione sociale.

Poste Italiane e la solidarietà

Il volontariato d’impresa è lo strumento con il quale Poste Italiane, sensibile alle iniziative di sviluppo sostenibile, incoraggia, supporta e organizza la partecipazione attiva e concreta di tutto il proprio personale alla vita delle comunità locali e delle organizzazioni no profit su tutto il territorio nazionale. L’iniziativa è promossa nell’ambito delle azioni di Responsabilità Sociale d’Impresa, in collaborazione con Enti del Terzo Settore (ETS) accreditati, con cui Poste ha sottoscritto un accordo con il Forum Nazionale del Terzo Settore per sostenere e accompagnare lo sviluppo delle attività di volontariato all’interno dell’Azienda.

Il network di solidarietà

L’iniziativa punta a creare un network di solidarietà e ad aumentare il valore etico dell’Azienda rafforzando le capacità collaborative fra le persone e sviluppando reti di relazioni sul territorio: attraverso le fasi di pianificazione, programmazione, realizzazione, valutazione e comunicazione, l’Azienda rende visibile la sua sensibilità per una

politica di sviluppo sostenibile che rappresenta una importante assunzione di responsabilità sociale arricchendo la cultura aziendale attraverso l’acquisizione di competenze interculturali da parte dei dipendenti, rafforzandone il senso di appartenenza e valorizzandone le competenze.

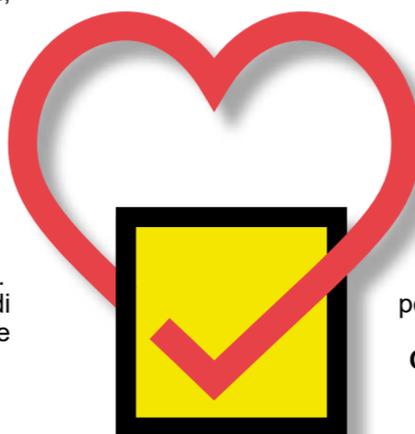
Un’iniziativa aperta a tutti

Con le tante associazioni a livello nazionale, l’iniziativa è aperta a tutti i colleghi e le colleghe su tutto il territorio che sono attenti e vicini ai temi di volontariato, che pensano che investire il proprio tempo per sostenere e aiutare persone in difficoltà con cui creare uno spazio di dialogo ed empatia, sia un tempo gratificante e pieno di valore, non solo per chi riceve, ma anche per chi offre un supporto e sostegno. Colleghi e colleghe che insieme lavorano responsabilmente per uno spazio comune di benessere.

Come aderire

Per aderire all’iniziativa ed entrare a far parte della rete dei volontari è sufficiente registrarsi al portale Volontariato d’impresa compilando un form di adesione, attendere la mail di conferma, successivamente accedere al portale e scegliere le iniziative tematiche e territori d’interesse. Le prime iniziative sono già partite. Ve le racconteremo nei prossimi numeri e vi faremo sentire la voce di chi è già entrato nella nostra community di volontari. Puoi seguire le loro storie anche sulla intranet, nella sezione dedicata proprio a chi dice “faccio bene”.

Inquadra il QR code per aderire all’iniziativa



FACCIO BENE

World Cleanup Day: Poste scende in campo per l’ambiente

I dipendenti di Poste Italiane sono scesi in campo in quattro città italiane (Andria, Mestre, Roma e Napoli) per dare il loro contributo in occasione del World Cleanup Day, la giornata mondiale che si occupa di combattere il problema globale dell’inquinamento da rifiuti solidi abbandonati o smaltiti illegalmente. Poste Italiane ha partecipato così al World Cleanup Day 2023 chiamando a raccolta i propri dipendenti che hanno aderito a “Faccio bene”, l’iniziativa che raccoglie molteplici attività di volontariato.

Il coinvolgimento dell’azienda in progetti di responsabilità sociale, non a caso, rappresenta una delle mission che Poste si è sempre data e che trova riscontro in azioni concrete, come il contributo offerto in occasione di questo World Cleanup Day 2023. Alla giornata ha preso parte anche Let’s do It Italy,



l’associazione di tutela ambientale che opera su tutto il territorio nazionale con l’obiettivo principale di ripulire il mondo dai rifiuti e contrastare i cambiamenti climatici.

L’iniziativa, in occasione dei 30 anni di attività di PostEurop, l’associazione degli operatori postali pubblici europei – global partner del World Cleanup Day 2023 – ha coinvolto, insieme a Poste Italiane, altri sedici operatori postali di tutta Europa, i quali sono scesi in campo per pulire i rispettivi territori.





Sei mesi gratuiti di abbonamento digitale a Donna Moderna, Starbene e Casa Facile: come attivarli

Il nostro magazine ha pensato a un regalo unico per tutti i lettori: sei mesi di abbonamento omaggio alle edizioni digitali di **Donna Moderna, Starbene e Casa Facile**, i periodici femminili editi da Stile Italia Edizioni e da Periodici srl. Un'opportunità unica e semplicissima da attivare: collegati al link www.abbonamenti.it/postenews e vai alla pagina di attivazione. Segui le istruzioni riportate nello schema riassuntivo qui sotto e attiva il tuo abbonamento gratuito per sei mesi. L'abbonamento si può attivare entro il 31/12/2023 e alla scadenza non sono previsti rinnovi automatici. Una volta attivato l'abbonamento dedicati alla lettura dei tre magazine digitali, che puoi consultare da pc, tablet o da smartphone. Ricorda che ogni abbonamento è personale e non cedibile.

Attiva l'abbonamento semestrale digitale omaggio a Donna Moderna, Starbene e Casa Facile in poche semplici mosse:

1. Vai al link www.abbonamenti.it/postenews tramite il tuo browser
2. Effettua il **LOGIN** se possiedi già un account sul sito www.abbonamenti.it o effettua una **NUOVA REGISTRAZIONE**
3. Inserisci il **CODICE DI CONTROLLO** come richiesto dal form
4. Clicca su **CONTINUA** e segui le indicazioni
5. Al termine della procedura riceverai un email di conferma: clicca sul link contenuto nella comunicazione per attivare il tuo abbonamento. Da questo momento potrai leggere le tue riviste da pc, smartphone o tablet.

Termini e condizioni: ciascun abbonamento è personale e non cedibile - Puoi attivare l'abbonamento entro il 31/12/2023 - Alla scadenza dell'abbonamento non sono previsti rinnovi automatici

LA DIRETTRICE DI DONNA MODERNA

Un mondo da scoprire nelle storie delle donne di Poste

di **MARIA ELENA VIOLA**



Essere accolta in questo spazio di PosteNews, mi permette di fare ogni volta nuove scoperte. L'ultima mi ha lasciato a bocca aperta: Poste Italiane è il primo datore di lavoro in Italia.

Non solo: dei suoi 120.000 dipendenti, la maggior parte è composto da donne.

Ma fermarsi ai meri numeri non basta, bisogna capire chi c'è dietro. È quello che cerchiamo di fare dalle pagine di Donna Moderna, raccontando in una rubrica dedicata, voci e storie "al femminile". Le prime arrivate sono bellissime. C'è quella di Aurora, 49 anni, di Asti che dopo una laurea in Scienze politiche è riuscita esprimere il suo "potenziale

umano", diventando consulente commerciale. Oggi è punto di riferimento per tanti imprenditori e agricoltori della zona delle Langhe e Monferrato che desiderano far conoscere i propri prodotti, sfruttando strumenti come l'e-commerce. Grazie a un programma messo a disposizione dei dipendenti, Aurora ha potuto ampliare le sue doti innate di socialità ed empatia, affinate anche con la maternità, traducendole in skill utili per la sua professione. Anche Cinzia, 43 anni, milanese, ha trasformato un'indole poliedrica e creativa in qualcosa di proficuo per la sua carriera. Dopo gli studi umanistici e un passato come modella e attrice, ha trovato la sua strada diventando consulente finanziario. Un percorso che mai avrebbe immaginato e che la riempie di soddisfazione. Ora ha un bimbo di tre anni, e anche se non

è facile tenere insieme tutto, ha la fortuna di lavorare in un ambiente dove la conciliazione è un valore primario e può dedicarsi alle sue passioni: il canto e la kickboxing.

In Poste Elena, 46 anni, della provincia di Verona, ha trovato una famiglia. Dopo un'infanzia difficile per l'abbandono del padre, la vita l'ha messa di nuovo alla prova. Grazie al sostegno delle colleghe e alle politiche a supporto dei "fragili" ha superato queste sfide difficili: oggi sta bene e può crescere le sue due figlie. Infine c'è Elisa, 24enne della provincia di Como, a cui Poste ha cambiato la vita. Entrata come neoassunta dopo il diploma, qui ha conosciuto Manuel, siciliano, con cui oggi condivide la professione di portaflettere e tanti sogni per il futuro. E voi, cosa aspettate a raccontarci la vostra storia? ●



ricordi di poste

Ecco le testimonianze e le foto ricevute dalla nostra redazione

Premi, riconoscenza e amicizia: nelle lettere i legami di una vita

Genova celebra Cesario e Raffaele, mentre Luana si rivolge all'ex direttrice Idanna, recentemente andata in pensione. Luigina, "40 anni e un giorno" di servizio, ricorda con affetto anche chi non c'è più

Da sinistra: Raffaele Origa, a cui il Comune di Genova ha conferito il Genovino, Pietro Salemi, ex dirigente di Poste italiane, Maria Rosaria Esposito Venezia, ex collega Maestra del Lavoro e Console Provinciale del Lavoro, e Cesario Carrisi, nominato Maestro del lavoro nel 2021.



Cara Idanna, sono trascorsi più di quarant'anni vissuti lavorando con passione, impegno e professionalità per questa nostra grande azienda. Ci sono stati momenti belli ed altri più difficili, ma sei sempre stata presente, pronta e preparata ogni volta che noi o i nostri clienti avevamo bisogno. Sei riuscita così a stabilire un legame profondo e indissolubile, creando un clima familiare e di armonia all'interno dell'ufficio di Imola 3, dove hai svolto il tuo ruolo con empatia, entusiasmo e senso del dovere. Sei arrivata con tanti sacrifici e soddisfazioni a raggiungere questo traguardo. NoidiPoste volevamo ringraziarti di cuore per il notevole contributo e l'esempio che ci hai dato augurandoti una meritata pensione!

Luana



Idanna Martignani

Ho 95 anni e sono probabilmente la più vecchia ex lavoratrice di Poste Italiane della provincia di Verona ancora viva, oltre i 40 anni e 1 giorno offerti con passione dal 1945. Mi chiamo Luigia Fiorini, ma in ogni succursale mi conoscevano per Luisa: 20 anni di sportello in centro a Verona, 20 anni di dirigenza in provincia. Ho lavorato negli uffici Verona 10, Verona 5, Verona 6, Isola Rizza, Ronco all'Adige. Nello scorso mese di agosto sono stata ben assistita all'ospedale di Bovolone in riabilitazione per una frattura del femore, a 95 anni. Mi permetto di salutare e ricordare tutti i miei colleghi, vivi e non.

Luigia Maria Fiorini

Mandateci fotografie e testimonianze per condividere le vostre esperienze

Scrivete a redazionepostenews@posteitaliane.it per raccontare i vostri ricordi postali e rinnovare il vostro legame con l'Azienda, accompagnandoli con una foto di come siete oggi e una di come eravate in servizio, nel corso della vostra attività. Condividere emozioni e pezzi di vita con gli ex colleghi di Poste ci aiuta a riunirci idealmente in un'unica grande famiglia e a ripercorrere, attraverso le nostre Persone, una grande storia fatta di successi, crescita personale e pezzi di strada fatti insieme. Attraverso le immagini di diverse epoche potremo ricostruire il nostro album e l'evoluzione di Poste Italiane, da sempre intrecciata alla storia del nostro Paese.



Inquadra il QR code per leggere su tgpote.poste.it i "Ricordi di Poste" degli ex dipendenti

PER L'ENERGIA SCEGLI POSTE ITALIANE.

Per la Luce e il Gas, passa a Poste Energia.

Vai in uno degli oltre 12.000 Uffici Postali per sottoscrivere l'offerta. Bolletta a rata fissa per 12 mesi, personalizzata e ricalcolata ogni anno in base ai tuoi consumi. Così, sai in anticipo quanto pagherai e decidi tu, tra i giorni disponibili, quando pagare.

Scopri l'offerta su misura per te.

Porta la tua bolletta in Ufficio Postale, vai su poste.it o App Postepay e BancoPosta.

**Non ti telefoniamo
per passare
alla nostra offerta.**

posteenergia
L'energia vicina.

Posteitaliane

Tutto quello di cui hai bisogno.

SPEDIZIONI
E LOGISTICA

CONTI E
PAGAMENTI

PREVIDENZA E
ASSICURAZIONI

MUTUI E
PRESTITI

INTERNET E
TELEFONIA

RISPARMIO E
INVESTIMENTI

SERVIZI
DIGITALI

LUCE
E GAS

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Poste Energia è l'offerta di energia elettrica e/o gas naturale a condizioni di libero mercato e rivolta a clienti domestici e persone fisiche nel contesto del relativo servizio di somministrazione fornito da PostePay S.p.A., con sede in Roma Viale Europa n. 190, soggetta a direzione e coordinamento di Poste Italiane S.p.A. L'attivazione della fornitura, che può essere richiesta su poste.it, presso gli Uffici Postali e tramite App Postepay e BancoPosta, è subordinata alla valutazione di PostePay S.p.A.. Se il contratto è sottoscritto con tecniche di comunicazione a distanza, ai sensi del Codice del Consumo il consumatore dispone di un termine di 14 giorni per esercitare il diritto di recesso. Per le condizioni contrattuali ed economiche e per info sulle caratteristiche del servizio, sulle modalità di reclamo e sul recesso consulta la documentazione contrattuale reperibile sui canali di vendita sopra citati. L'offerta Poste Energia permette di scegliere il giorno della scadenza delle bollette tra il 25 ed il 2 del mese successivo. Poste Energia è un'offerta a consumo. Il messaggio pubblicitario si riferisce all'offerta con l'opzione di pagamento a Rata Fissa, calcolata in base ai consumi specifici del cliente. Il ricalcolo della rata fissa per i successivi 12 mesi di fornitura è collegato ai consumi del cliente nonché alle variazioni dei corrispettivi periodicamente definiti e aggiornati da ARERA ed alle imposte. Numero gratuito 800.00.11.99 per info ed assistenza, attivo dalle 8:00 alle 20:00, dal lunedì al sabato.