

Poste, 2.000 punti ad hoc per i servizi alla famiglia

**NEGLI UFFICI CONSULENZA
SPECIALIZZATA:
DALLE OFFERTE PER
L'ENERGIA ALLA FIBRA
DAL RISPARMIO,
FINO ALLA RC AUTO
LA STRATEGIA**

ROMA Le Poste puntano sulla famiglia e la casa. Lo fanno con un servizio ad hoc che al momento conta circa 1.200 punti dedicati ma destinati a raddoppiare in tempi rapidi. Si tratta di aree specifiche, all'interno degli uffici postali di maggiori dimensioni in cui si può acquistare, grazie a una consulenza particolare, dalle offerte sulla telefonia al risparmio postale, dalle soluzioni per luce e gas fino alla polizza Rc auto o alla fibra ottica. Tutti i servizi al centro del "Punto Poste Casa & Famiglia", il nuovo spazio che il gruppo guidato dall'ad Matteo Del Fante ha lanciato, fanno parte della strategia più ampia che vede il gruppo come una piattaforma multicanale.

PRESENZA CAPILLARE

Il punto di forza, al di là delle offerte, resta la presenza territoriale, che valorizza la relazione con il cliente. In un solo corner, dove chi è interessato può entrare o fissare un appuntamento con l'app dedicata, ci si potrà confrontare con il consulente. Rapporto diretto quindi, lontano dalle soluzioni solo digitali che spesso emarginano le persone che non amano il web. Del resto il gruppo, con quasi un milione

di utenti che entrano giornalmente negli uffici postali, non può non sfruttare questa opportunità. Una scelta industriale oltre che commerciale che sta dando ottimi risultati. Il pubblico dimostra di apprezzare la consulenza integrata, il radicamento sul territorio, la possibilità di avere un dialogo immediato, senza filtri o password da inserire. I numeri parlano chiaro. Non c'è solo il successo dell'offerta energia (oltre 500 mila contratti in meno di un anno) o quella per l'Rc Auto (+26% sempre in meno di 12 mesi), vanno bene anche le vendite dei tradizionali libretti postali e delle Poste Pay Evolution (oltre 10 milioni in circolazione, di cui 1.400.000 solo nel 2023), così come di Poste Pay Green dedicati ai minori e ai genitori che possono controllare le spese della paghetta.

Proprio per rispondere alle tante domande degli utenti Poste ha puntato forte sulla formazione, compiendo una salto di qualità rilevante. L'obiettivo è arrivare entro fine anno a circa 2.000 punti per la famiglia, focalizzando l'attenzione negli uffici postali ad alta affluenza sparsi in tutta la Penisola.

Questo non vuol dire limitare le applicazioni digitali che si possono sempre utilizzare per accelerare molte procedure standard come, ad esempio, fissare gli appuntamenti con i consulenti. La strategia multicanale, lanciata da Del Fante, subito dopo il suo ingresso nel gruppo, rimane la punta di diamante del piano industriale.

Umberto Mancini

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 285 - L.1737 - T.1619

