



Segreterie Regionali Lombardia

25/10/2013

PROPOSIZIONE COMMERCIALE FORMAZIONE E “PRESSIONI”

*Sottoscritta in data 22 ottobre 2013 un’**IMPORTANTE** intesa, tra azienda e OO.SS., che contiene i principi di gestione delle proposizioni commerciali e il contrasto di forme improprie di “pressioni commerciali”.*

In coerenza con quanto convenuto con l’Accordo del 12 dicembre 2012, nel riconoscimento della necessità di porre attenzione ai processi di fidelizzazione della clientela e di promuovere un clima interno basato sui principi espressi nel Codice Etico e nel protocollo sulla Responsabilità Sociale d’Impresa, si è convenuto che:

- L’Azienda individuerà, nella definizione dei programmi commerciali, **obiettivi raggiungibili** che saranno portati a conoscenza del personale con tempestività e trasparenza.
- Le azioni di proposizione e le modalità di comunicazione nei confronti del personale operativo dovranno essere improntate ai principi di **rispetto e collaborazione tra colleghi**.
- Nella relazione con la clientela, il personale addetto alla vendita dovrà fornire informazioni **corrette e trasparenti** con l’obiettivo di alimentarne e rafforzarne il rapporto fiduciario.
- L’Azienda potrà in essere azioni atte a **contrastare qualsiasi forma di impropria pressione** alla vendita e, contemporaneamente, si impegna a sviluppare coerenti competenze di comunicazione interna ed esterna.
- Si individua, nell’Ente Bilaterale per la Formazione, la sede in cui discutere progetti formativi orientati ad **accrescere le competenze** necessarie a garantire la qualità del servizio offerto e la **corretta attuazione delle politiche commerciali**.

VIENE ISTITUITO UN OSSERVATORIO NAZIONALE SULL’EFFETTIVA APPLICAZIONE DEI PRINCIPI CONTENUTI NEL PROTOCOLLO.

IN CASO DI NECESSITA’ VI INVITIAMO A CONTATTARE I NOSTRI
RESPONSABILI SINDACALI

SLP CISL
G. Marinaccio

SLC CGIL
P. Daccò

FAILP CISAL
C. Tramontano