

29 d'abril de 2003

## ELS OBJECTIUS: UNA REALITAT VIRTUAL

**D**es de la Direcció es vanaglorien contínuament i en distints fòrums (convencions, intranet, revista, etc), de l'èxit dels distints projectes. La veritat és que no sabem si la Direcció General està al tant de la realitat o simplement mira els números com a única anàlisi del negoci. Quant a Recursos Humans, no ens cap el menor dubte: simplement som números.

**N**o hi ha pitjor cec que el que no vol veure. Quan es marquen objectius es pot ser molt ambicions, però partint de la realitat i coneixement dels nostres clients, en cas contrari són impossibles d'aconseguir i comença a funcionar el surrealisme en el treball, com passa ara.

**P**er a aconseguir els objectius val tot, el fi justifica els mitjans i així tenim coses com les següents:

\* La mentida "*el més important és el client*". Quan en la realitat el que abunda és la visió del mateix com a objecte de col·locació del màxim nombre de productes i, sobretot, el mal tracte dispensat desviant-los als caixers (fins i tot a les persones de més edat), no atenen-los si són d'una altra sucursal, etc.

### **És la doble moral: la publicitària i la de les actuacions quotidianes.**

\* Multitud de contractes de Bancaixa Pròxima pels calaixos, donats d'alta sense coneixement ni signatura dels clients i que ens continuen castigant amb els *flaixos*.

\* Plans de pensions oberts amb l'import que regalava l'empresa.

\* Targetes *free* per a tots, etc.

**T**ot aquest treball per a complir els objectius no aporta res al funcionament de l'empresa, tan sols és una pèrdua de temps.

**P**erò clama al cel que després d'aquestes nefastes experiències, es continue tretze són tretze:

\* En el pla de qualitat es van gastar -i es gasten- multitud de trucs per a aconseguir els percentatges d'èxit necessaris.

\* Per a anar-se'n al Carib, es concentra el treball del grup en una persona i, a més, se'n van companys que no han aportat **res** en la venda d'assegurances.

\* Per a captar passiu s'utilitza la imaginació per a oferir major interès als clients.

**S**i emmascaren la realitat, s'estan enganyant com a empresa i estan fent-nos perdre un temps valuós, generant un descontent generalitzat en ser conscients de que estem treballant amb l'únic fi de complir unes estadístiques que no aporten res al negoci.

**A**ra hem de créixer en clients (després del pla de cues i l'eliminació dels clients *irrentables*). Per a aconseguir aquest objectiu, de nou imaginació:

- \* tornada a les llibretes natalici.
- \* obertura de comptes a autoritzats.
- \* assistència a bateigs, bodes i comunions, etc.

**E**n fi, així és com s'arriba a la creació d'una nova bossa de clients *irrentables*. I són els Caps de Zona els que aporten i potencien aquest tipus d'idees per a aconseguir els objectius, ja que ells també estan pressionats.

**N**o s'estimula la venda de productes a clients d'altres sucursals ( a pesar de que sembla lògic que si es detecta una possibilitat de venda es materialitzi), pel fet que aquesta operació no compta en el teu rànquing i no li serveix a la teua oficina, rao per la qual si vens, se't queda la sensació d'haver fet el *pardal*.

### **Estan boigs aquests romans.**

**D**es de CC.OO. demanem un poc de trellat a la Direcció de l'empresa: Que baixi a les trinxeres, que faci autocrítica (és molt sana), que escolte les aportacions dels companys i dels sindicats, que humanitzi les relacions amb la plantilla, que no malgasti en multitud de coses mentre insisteix en abaratir el cost del personal (no pagant les substitucions, no convocant les places d'oficials, no donant solució a la desregulació als SS.CC., mantenint la doble escala salarial, etc.). En definitiva, demanem que pose fi a tot el rosari de greuges amb què aquesta Direcció castiga a la seua plantilla.

**S**alut.



**Mentre arriba el Sr. Jutge, em permetran que els explique els avantatges de ser client de Bancaixa. Per exemple, el nostre famós Compte Llista de Noces...**