

# Gli indirizzi strategici del PS 2005-2007

**Miglioramento  
efficienza operativa  
e Incremento  
redditività**

- Incremento della **redditività** delle singole **aree di business** (crediti, SGR/finanza, sistema dei pagamenti, assicurazioni)
- Aumento del **contributo** reddituale delle **partecipazioni**

**Crescita  
dimensionale  
attraverso  
incremento della  
produttività**

- Incremento **masse** intermedie per dipendente:
  - cross-selling e retention in Liguria
  - incremento della quota di mercato fuori Liguria, anche tramite sinergie con Agenti

**Contenimento dei  
rischi aziendali**

- Rivisitazione dei **processi gestionali**
- **Contenimento** dell'impatto economico del **rischio**

# Focus strategico

Evoluzione del modello organizzativo con l'obiettivo primario di rifocalizzare le strutture sull'attività di vendita e sulla qualità dei servizi forniti al fine di ottenere:



# Linee guida della strategia distributiva

## Centralità del punto vendita

- Filiali e Agenzie assicurative centrali all'attività di vendita del Gruppo
- Servizi telematici sempre più utilizzati
- Promotori/sviluppatori utilizzati in modo selettivo a supporto delle filiali e delle agenzie assicurative

## Specializzazione dei venditori

- Rafforzamento della segmentazione della rete bancaria tra operatori Private, Corporate e Retail

## Integrazione di venditori specializzati

- Gestione integrata del cliente tramite la collaborazione tra gli operatori specializzati del Gruppo (Consulenti Private/ Corporate) e filiali / agenzie assicurative

## Pressing commerciale

- Intensificazione del monitoraggio commerciale delle reti
- Introduzione di meccanismi di accelerazione dei percorsi di crescita del personale a fronte dei risultati ottenuti

## Flessibilità organizzativa

- Generale rafforzamento delle unità di governo del territorio
- Ottimizzazione del presidio locale attraverso la gestione integrata di più filiali dove le condizioni (di filiale e di clientela) lo rendano efficace
- Esportazione nelle nuove aree di prodotti di successo

# Linee guida della strategia produttiva

## Gestione Risparmio

- Valorizzazione SGR con evoluzione mix verso prodotti a maggior contenuto di rischio/rendimento
- Priorità di sviluppo risparmio previdenziale
- Sviluppo PFP (personal financial planning)

---

## Crediti

- Sviluppo credito alle famiglie
- Razionalizzazione offerta/processo mutui
- Sviluppo sistemi di scoring e sistemi di rating
- Sviluppo project financing
- Efficientamento processo produttivo complessivo

---

## Sistemi di pagamento

- Sviluppo carte credito e debito
- Sviluppo internet banking
- Sviluppo di prodotti di c/c "a pacchetto" a condizioni variabili in base a redditività generata
- Revisioni convenzioni

---

## Assicurazione Danni

- Evoluzione verso rami elementari (Non RC Auto)

# Linee guida della strategia operativa

## Risorse Umane

- Rinnovamento della struttura, anche con l'attenta gestione delle cessazioni per esodo
- Sviluppo professionale delle risorse
- Unificazione politiche del personale di Gruppo, anche tramite progettazione sentieri professionali
- Revisione politiche retributive verso una maggiore coerenza con il "valore generato" (VBM)

## Information & Communication Technology

- Aggiornamento impalcatura tecnologica
- Rifacimento sistema di sportello in logica Internet
- Innovazione sistemi direzionali
- Unificazione ICT delle società del Gruppo
- Rafforzamento competenze ICT con outsourcing delle attività a basso valore aggiunto

## Organizzazione

- Rivisitazione ed efficientamento dei processi gestionali
- Riduzione spese generali, attraverso un attento riesame delle singole voci di spesa (Cost Management)
- Rivisitazione dei processi di acquisto
- Ricorso ad un maggior livello di outsourcing