

# DA CREMONA: “CHI SI RICORDA DEGLI ASSISTENTI ALLA CLIENTELA?”



C'era una volta, tra il 1990 ed il 2000, la banca che cominciava ad applicare i primi principi di marketing in maniera pionieristica per il settore: i “commerciali” andavano premiati perché portavano a casa la pagnotta per sé e per gli amministrativi (od operativi come dir si voglia). Si cominciava a vedere la componente amministrativa di un'azienda come inutile, o comunque, meno importante, meno produttiva.

Poi, quando ci si accorse che per riscuotere i premi si aprivano conti a tutti e che i Clienti non contenti delle “lacune operative” chiudevano i rapporti e portavano via i patrimoni, si cercò nel corso del tempo - tanto tempo - di correggere il tiro.

Eppure bastava fare un semplice ragionamento: in ogni azienda tutto deve funzionare. Se compro un divano perché stravedo per la nota attrice che lo pubblicizza e quando me lo portano a casa la consegna ed il montaggio vengono eseguiti in fretta e con pressapochismo, di sicuro quell'azienda avrà perso un Cliente, per sempre.

In banca ancor di più. In qualità di Cliente sono affidato a bravi Consulenti commerciali, ma anche al sorriso degli Assistenti alla Clientela, che conoscono me e i miei bisogni, che se possono evitano di farmi perdere tempo e risolvono tutti i miei piccoli intoppi burocratici: tutto ciò contribuisce alla mia fidelizzazione.



[Click qui per i dettagli](#)