



Si quieres que algo se haga, encárgaselo a una persona ocupada. *Viejo refrán chino.*

!!! BUENOS DIAS, BIENVENIDO A BARCLAYS ... !!!

Sin ánimo de generalizar, podrían establecerse dos tendencias en el Banco en lo que a la consideración de un cliente se refiere.

- Unos piensan, debido a la presión en la oferta de servicios financieros y a la saturación del mercado, que es necesario actuar con criterios distintos para captar y retener a clientes escurridizos que no mantienen lealtad ni con las marcas ni con los productos en sí.
- Otros piensan que lo fundamental es disponer de productos y servicios de calidad a precio competitivo, y con una adecuada presentación, todo ello al margen de la dinámica del mercado.
- Unos piensan que el cliente, en sentido amplio, es fundamental en el desarrollo del negocio.
- Otros piensan que el cliente depende de nosotros, no nosotros de él.
- Unos piensan que el cliente es el propósito de nuestro trabajo.
- Otros piensan que es una interrupción en su trabajo.
- Unos piensan que es quien nos compra un producto o servicio.
- Otros piensan que se le está haciendo un favor vendiéndole un producto o servicio.
- Unos piensan que es alguien a quien debemos satisfacer sus necesidades en el ámbito de nuestro negocio.
- Otros piensan que es alguien con quien discutir o confrontar.
- Unos piensan que es la fuente de vida del negocio.
- Otros piensan que es un elemento más en la estructura de la empresa.
- Unos piensan que el cliente decide libremente donde, qué, cómo, y cuándo comprar.
- Otros piensan que al cliente se le venden los productos, no que él los compra.
- Unos piensan que la atención rápida, la cortesía, la confiabilidad, la atención personal, el personal bien informado, y la simpatía son determinantes en la relación hacia el cliente.
- Otros piensan que éstos son atributos que debe poner de manifiesto el cliente.
- Unos piensan que debemos satisfacer las necesidades de los clientes, sin perder de vista las nuestras.
- Otros piensan que los clientes están únicamente para satisfacer nuestras necesidades y lo que es peor aún nuestros objetivos y presupuestos, al margen de su cultura, sus convicciones, y de la seguridad a futuro de sus inversiones.
- Unos piensan que es fundamental mantener una comunicación directa y permanentemente abierta con el cliente.
- Otros piensan que a la hora de contactar con el cliente sigue siendo válido aquello de *"Buenos días, Bienvenido a Barclays, la persona a la que Ud. llama no puede atenderle en estos momentos, si lo desea puede dejar un mensaje en su buzón de voz personal después de oír la señal. Muchas gracias"*.

Si no somos capaces de entender que mirarse al ombligo no lleva a ninguna parte, y que el centro del mundo está fuera de nosotros, difícilmente podremos mantenernos a flote en las turbulentas aguas en las que nos ha tocado desenvolvernarnos.

Haciéndonos eco del correo-e del pasado 07.02.2012, cómo no agradecer a nuestros queridos pensadores, a nuestros generadores de ideas, a los que nos cuentan cómo, cuándo, qué, dónde, y a quién vender, cuando ellos no saben vender ni la justificación de su puesto de trabajo, que se les haya ocurrido, brillante idea donde las haya, adaptar lo de *"busque, compare, y si encuentra algo mejor icómprelo!"* por lo de *"piensa, apuesta, y ejecuta"*.

Lo de *"piensa"* suponemos que se refiere a que reflexionemos sobre la última medida para incrementar la motivación de la sufrida plantilla de las trincheras, sobre todo para aquellos que prolongando la jornada gratuitamente van a tener que poner el dinero del almuerzo de su bolsillo porque al banco parece que ya no le llega ni para pagar esos 13,21 € por sufrido gestor.

Lo de *"apuesta"* parece aún más evidente que se refiere a la timba que se está fraguando entre los empleados sobre si desapareceremos como entidad, o sanaremos nuestra famélica cuenta de resultados engullendo a otra. Las apuestas, por si sirve para el control presupuestario de captación de querubines para la barbacoa de Lucifer están 5 a 1.

Y lo de *"ejecuta"* no nos cabe duda de que se refiere a lo que se debiera hacer con la incompetencia, la hipocresía y la vanidad, auténticos estandartes de los directivos del banco.

Pero el documento enviado a la plantilla en el que se soporta esta iniciativa, haciendo honor a aquello de lo atrevida que puede llegar a ser la ignorancia, va aún más lejos, y con el norte absolutamente trastocado nos proponen una serie de pasos para que nos organicemos, entendiendo que hasta ahora no lo estábamos, y es que sigue siendo válido lo de que piensa el ladrón que todos son de su misma condición.

"Mensualmente pensaremos qué iniciativas llevaremos a cabo en la oficina y quien las realizará ". Se diría que ahora vamos todos de coleguitas con los equipos de las oficinas, pero me temo que no, que lo que el texto quiere decir es *"Mensualmente pensaremos qué iniciativas llevaréis a cabo en la oficina y quién de vosotros las realizará "*

"La idea es que podamos estimar que número de clientes pensamos que podemos captar con cada una de las iniciativas y que no debiera ser coincidente con el objetivo incentivado de captación". Y la pregunta es ¿por qué no va a tener que ser coincidente con el objetivo incentivado de captación?, ¿acaso quien ha desarrollado esta brillante iniciativa no se mueve exclusivamente por lo abultado de su incentivo?

"El reto consiste en que cada uno de nosotros debe marcarse como mínimo un cliente premier al mes por gestor premier y tres clientes personal por gestor comercial al mes". Nos gustaría saber qué quiere decir con *"cada uno de nosotros"*, si se refiere a los de siempre o también están incluyéndose él/ella y su séquito; por otra parte ¿qué le hace pensar que un gestor premier, no puede ser capaz, al igual que un gestor comercial, de captar tres clientes al mes, cuando además son los clientes premier y no los personal, el objetivo prioritario de la política de captación de clientes.

"Hemos preparado un flujo ... con el fin de ayudarlos en la organización de la gestión externa". ¿Pero cómo que ayudarnos?, ¿no habíamos quedado en que todos estábamos involucrados en la captación?; ¿y un flujo para qué?, ya tenemos una gruesa agenda de los de Barclays Wealth que el regional de turno se encarga de fiscalizar; un PAC que rellenar en la intranet con cada producto vendido y/o colocado que los territoriales ojean en el escaso tiempo libre que les queda para almorzar a 13,21 € (derogado); y por si aún no fuera suficiente, alarmas que resolver con citas previas que otro ejército de controladores perdiendo las formas y los papeles se ponen histéricos cuando las estadísticas no se adecuan a lo que el de arriba les ha marcado.

Esta vez que cada cual saque sus conclusiones.