

CCOO Federación Servicios



LA SUBJETIVIDAD DE LOS OBJETIVOS

LA SUBJETIVIDAD DE LOS OBJETIVOS

Ya sabemos que los objetivos siempre han sido muy subjetivos , pero ahora lo son más que nunca. Hay un 45% de los mismos que no están en nuestras manos.

- ·10%, la productividad

Para cumplirla, debemos vender una serie de productos determinados a unos clientes concretos. Cuando se carga el PAC, más de una vez pensamos pero si este es el que nunca ha querido una tarjeta, quizás por eso es por lo que no la tiene . Si debemos vender 10 tarjetas, ¿porque no nos dejan que escojamos el cliente que realmente la usará? Y, así, realmente será productiva y nos dará margen ¿Se trata de vender o de colocar? No hace falta vender 40 que no figuren en el PAC, porque no sirve para nada.

- ·35%, el margen

Es la partida más importante de nuestros objetivos, pero es la misma entidad la que dificulta poder llegar: nos piden traspasos de productos de seguros (no sabemos por qué) hacia productos de ahorro que suponen el pago de intereses más altos, que reducen el margen. Además, el desglose de objetivos hace que algunas oficinas vean reducida la partida de productos, con lo cual todavía es más difícil lograr los objetivos marcados.

Desde CCOO, pensamos que ya está bien de pedir esfuerzos a una plantilla que cada día está más desincentivada y no sólo desde el punto de vista económico sino también profesionalmente, y más cuando comprueban que los objetivos no varían con sus ventas si estas no van dirigidas a productos y clientes marcados por departamentos ajenos al día a día.

¿Es el momento de pedir ilusión por el Proyecto Cliente? Ya iremos hablando...

Tarragona, 16 de mayo de 2007

[Ver en PDF](#)

2019 © CCOO SERVICIOS.