

LO SFOGO / CONFESSIONI DEGLI EX COLLOCATORI

«Addestrati a vendere sogni e inconsapevoli dei costi»

Se il mal di polizza affligge molti ignavi risparmiatori, che pensano di avere risolto i problemi previdenziali grazie a prodotti generalmente inefficienti su questo fronte, è anche colpa dei venditori. Un esercito addestrato, più che a fornire consulenza con numeri alla mano, a utilizzare subdole tecniche di marketing per persuadere i clienti.

Ecco la testimonianza di C.C. che scrive dalla provincia di Trento. «Ho sottoscritto una polizza Vita incentivata durante la partecipazione al seminario organizzato dalla SSI, per conto dell'allora Bayerische Vita — spiega il lettore —. Ho poi collaborato per alcuni mesi prodotti della compagnia facendo sottoscrivere polizze anche ad alcuni amici e conoscenti. Ora il mio cruccio è capire se alla scadenza avrò fatto un affare». A riprova che i venditori improvvisati faticano loro stessi a capire cosa hanno venduto.

Ci sono poi anche neolaureati che sono ingaggiati da primarie compagnie. Come R.D., 31 anni, laureato in economia, che racconta la sua esperienza nella vendita di polizze Vita «vissuta come un trauma per le nefandezze che magistralmente vengono perpetrate a danno degli ignari clienti», come spiega senza mezzi termini nella e-mail inviata in redazione. «Nel giro di due anni sono diventato venditore di promesse truffaldine con contratto a tempo indeterminato e una squadra al mio seguito, assoldata per aumentare il budget e mantenere una struttura inefficiente e mangia soldi» afferma ancora l'ex venditore, che spiega anche di non avere mai avuto la possibilità di conoscere nel dettaglio i contratti, ma di essere stato addestrato soprattutto su temi quali la fidelizzazione del cliente e le fasi della vendita. Mentre l'analisi dei preventivi delle polizze Vita, dei rendimenti e delle garanzie assicurative, erano concetti top secret.

Fe.Pe.

GUIDA AL QUESTIONARIO

LE INFORMAZIONI

Per poter stimare il rendimento interno di una polizza Vita bisogna compilare in modo dettagliato le diverse parti del questionario. Compilate le parti relative alle garanzie accessorie che possono modificare il rendimento a vantaggio del beneficiario della maggior copertura. In particolare sarebbe bene indicare, oltre all'importo del valore di riscatto, anche il valore di riduzione alla scadenza.

Polizza in corso o terminata

Il questionario prende in esame sia prodotti in corso, sia quelli che hanno esaurito il proprio percorso. In entrambi i casi è necessario precisare la durata e il premio pagato annualmente. Chiarendo se il premio è stato costante o variabile anno per anno. Nel questionario deve essere precisato l'anno e l'entità del premio.

Motivo della sottoscrizione

Permette di valutare le attese del risparmiatore al momento della decisione di investimento. E valutare quindi meglio se il rendimento potenziale si scosta di poco o di molto dalle attese. Nello stesso spazio, o in un foglio di accompagnamento, possono essere invece evidenziati i dubbi che il cliente può avere sul funzionamento delle polizze.

Riservatezza

Il lettore può restare anonimo o fornire dati personali. Per ottenere chiarimenti alle compagnie è necessario conoscere gli estremi dell'interessato (vedi a fianco per l'autorizzazione)

COME INVIARE IL QUESTIONARIO

■ Compilato in tutte le sue parti (compresa l'autorizzazione del trattamento dati) il sondaggio può essere inviato per posta a:

Il Sole-24 Ore - Redazione Plus24
Via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano
Oppure via fax allo 02-30222.016.