#CMMCnationaweek – 6 novembre 2018  
  
**Fiditalia**Un importante investimento è stato fatto nei confronti della rete di agenti commerciali, ad esempio una academy per assicurare la crescita professionale di questi partner.  
Si notano miglioramenti nel front-end presidiato da personale Fiditalia e destinato ad una clientela tradizionale o estera.   
Dal punto di vista del customer care (o post vendita) l’attuale gestione dei contatti è così suddivisa: 50% telefonate, 25% e-mail e 25% home banking. Le attività vengono svolte dai partner Call&Call e Numero Blu.  
E pensabile che nel breve si sviluppino iniziative di collegamento tra post vendita e front-office (ad esempio cross-selling nel momento di estinzione di un credito) e per far crescere le attività in self service.