

Iniziativa di Banca Mediolanum in collaborazione con American Express

# "PrimaFila" per i clienti Top

IL PUNTO di Ennio Doris

## La Borsa favorita da numeri e storia

Un'attenta analisi dell'andamento delle borse parla chiaro: dai livelli minimi che sono stati toccati nel marzo del 2003 i mercati azionari, successivamente, hanno innestato la marcia di un veloce recupero. Tuttavia questa fase si è esaurita nel corso degli ultimi sei mesi, mostrando gli indici borsistici ora positivi ora negativi con un andamento parallelo. La visione ottimistica che caratterizza Banca Mediolanum deriva da un approccio di lungo periodo con cui sosteniamo da sempre debba essere affrontato un investimento azionario nel mercato e sempre con la diversificazione prevista dalla strategia delle 5 D, diversificazione temporale, per tipologia di investimento, per ripartizione geografica, selezione di paesi che presentano un particolare

potenziale di crescita ed investimenti in titoli rappresentativi di società innovative e dinamiche). Nonostante l'attuale momento di stallo dei mercati, seguito al lungo ribasso durato tre anni (dal 2000 al 2003), oggi ci troviamo in una fase che risulta assolutamente "in linea" rispetto al comportamento che le borse hanno già manifestato durante le passate crisi. Basta guardare infatti come si è mosso l'indice Dow Jones nei mille giorni che hanno seguito le cinque grandi crisi dei mercati degli ultimi cinquant'anni, verificatesi rispettivamente nel 1962, 1970, 1974, 1978 e 1987. Ebbene: in tutti questi cinque periodi i mercati hanno recuperato. E se l'attuale fase di recupero si è interrotta, ciò si deve soltanto al fatto che dopo il primo anno di crescita l'indice è salito molto più in alto che in passato. Tuttavia l'inversione della tendenza al rialzo ha rappresentato un punto critico per il "sentiment" dell'investitore. Lo stesso investitore, d'altra parte, il più delle volte "entra" sul mercato spesso con un notevole ritardo, perché non percepisce i cambiamenti quando avvengono e investe solo "di riflesso", in conseguenza di opinione positive dei media e del pubblico. Secondo l'esperienza che ha portato Banca Mediolanum a essere un'azienda di successo, ci vogliono fino a dodici mesi di rialzi borsistici continui perché un investitore medio si accorga davvero del cambiamento in atto e cambi così il proprio approccio verso il mercato. Abe Lincoln ha osservato anni fa: "L'opinione pubblica è tutto. Con l'opinione pubblica niente può fallire. Ma senza, niente può succedere"; la frase fotografa bene l'attuale "sentiment" degli investitori. Infatti, i sei recenti mesi di discesa dei mercati finanziari non contribuiscono certamente a ristabilire la fiducia degli investitori: così vediamo la raccolta netta dei fondi comuni presentare in Italia una serie di segni negativi. A ciò si aggiunga che molti hanno ancora in portafoglio perdite da compensare e questo non aiuta il sentire comune. Tuttavia, proprio in tale difficile congiuntura, i Consulenti Globali di Banca Mediolanum sono stati capaci di muoversi in controtendenza rispetto al mercato perché si muovono seguendo una strategia di lungo termine che è stata studiata appositamente per proteggere il cliente dall'emotività che spinge a scelte sbagliate e sempre in controtendenza rispetto a ciò che si dovrebbe fare operando sui mercati. Questa strategia ha consentito ai Consulenti Globali di Banca Mediolanum di mantenere sempre positiva la raccolta di fondi comuni, anche nei periodi di maggiore crisi dei mercati, ipotizzando per i propri clienti (che hanno così comprato quasi in saldo) grandi soddisfazioni quando tutti i mercati riprenderanno con vigore duraturo.



La migliore clientela riceverà un'ampia gamma di servizi e l'assistenza personalizzata di Consulenti Globali specializzati nella gestione di patrimoni di alto livello

PrimaFila Banca Mediolanum è un progetto realizzato in partnership con American Express che per la prima volta partecipa ad un progetto così articolato con un altro istituto del settore finanziario e mette a disposizione dei clienti selezionati la sua Carta Oro.

L'alleanza strategica con American Express, forte dell'esperienza costruita con più di 6 milioni di clienti, consente di attivare per i migliori clienti di Banca Mediolanum il primo sistema di loyalty integrato tra i più sofisticati ed innovativi in Europa.

La società americana diretta in Italia da Giglio Dal Borgo, è stata la prima ad applicare la segmentazione del mercato seguendo una logica di categorie di appartenenza, ottenendo così la leadership internazionale. L'essere titolari di una carta di credito preziosa garantisce in qualche modo la fruizione di un servizio migliore. Banca Mediolanum persegue l'obiettivo di crescita con altri servizi ed altri prodotti, ma con la stessa logica di segmentazione.

Il cliente con una buona capacità di risparmio ha normalmente necessità di ottimizzare al meglio la gestione del proprio tempo. Banca Mediolanum offre perciò un nuovo servizio riservato ad una clientela selezionata che riceve speciale assistenza su misura da parte di tutta la struttura.

Passando dalla valorizzazione della clientela di alto profilo alla fornitura di servizi a essa dedicati non si può prescindere dalla realizzazione di una struttura di

Consulenti Globali specializzati nella gestione di patrimoni di livello superiore e formati per affrontare con altissima professionalità tutte le problematiche a essa connesse. Pertanto, contestualmente al lancio del programma PrimaFila con American Express, in Banca Mediolanum si è provveduto allo start up di una struttura di promotori guidata dal manager Paolo Suriano, esclusivamente dedicata alla clientela di fascia molto alta.

Qual è il portafoglio minimo che il cliente deve avere per poter far parte di Prima Fila?

Il portafoglio ideale per questo tipo di servizio esclusivo - risponde Paolo Suriano - è stato identificato per importi medi in gestione di 250.000 euro, benché, in un'ottica di supporto ad un target destinato a crescere sempre di più, sono ammessi anche clienti con portafogli inferiori che presentano un alto potenziale di crescita; ad oggi sono 38.000 i clienti di Banca Mediolanum che rientrano in questo segmento. Al momento sono stati selezionati i primi 50 Consulenti Globali Top che riceveranno una formazione mirata e un supporto tecnico maggiore per lo sviluppo di questo tipo di clientela.

Quali sono i vantaggi del cliente selezionato per il programma PrimaFila Banca Mediolanum?

I privilegi ed i servizi riservati ai possessori della Carta Oro Mediolanum American Express coprono gran parte delle esigenze di chi conduce una vita di lavoro, viaggi e tempo libero, con vantaggi rilevanti sia in termini economici sia in termini di efficienza.

I migliori clienti ai quali viene proposto l'ingresso nel club sono selezionati in base all'entità del loro portafoglio.

Tra le principali agevolazioni previste dal programma di PrimaFila, per quanto riguarda i servizi tipicamente finanziari, è possibile ottenere l'aumento dei massimali dei prelievi bancomat, che possono arrivare fino a 1.500 euro al giorno e 5.000 euro al mese; la gestione prioritaria per il rilascio di carte aggiuntive, carte bancomat o remissioni; la gestione prioritaria per la concessione di finanziamenti e mutui e comunque un canale preferenziale per ogni esigenza.

Quali sono le principali convenzioni che avete attivato per fornire i servizi non tipicamente finanziari?

Grazie ad accordi esclusivi, il titolare di Carta Oro Mediolanum American Express può prenotare voli aerei ed organizzare interi viaggi con una semplice telefonata alla Membership Travel Service, partecipare da vero protagonista ad eventi sportivi, culturali e musicali, beneficiando di trattamenti esclusivi, ricevere offerte riservate di Arval PHH per il noleggio a lungo termine di qualunque tipo di autovettura, senza preoccuparsi delle pratiche burocratiche.

Quando avete pensato di attivare questa iniziativa?

PrimaFila prende ispirazione dall'esperienza maturata con Banca Esperia, nata dalla partnership di Mediolanum con Mediobanca, che ha fornito preziose indicazioni per lo sviluppo del business. Banca Esperia, rivolgendosi alla fascia più alta della clientela con portafoglio medio di 2 milioni di euro, ha raccolto più di 4 miliardi.

Proposta editoriale di Espansione e Mediolanum Channel

## Il marketing vince con la strategia

"Espansione" distribuirà allo stesso prezzo di copertina la collezione di dvd del programma "Navigatori del tempo" che Edoardo Lombardi ha realizzato per Mediolanum Channel e che hanno riscosso un ottimo successo di audience.

"Espansione" è l'unica rivista che da 40 anni offre un prodotto mirato a soddisfare le esigenze delle aziende e degli alti dirigenti: il lettore di "Espansione" ha una vocazione manageriale ed imprenditoriale per cui dedica particolare interesse alle strategie e alla gestione delle risorse umane. "L'obiettivo è fornire uno strumento operativo che presenta alcune caratteristiche irripetibili - dichiara Milo Goj, direttore della testata - Lombardi reinterpretava infatti 14 eventi storici che sono la rappresentazione speculare di un libro pubblicato da Al Ries e Jack Trout nel 1986, intitolato 'Marketing è guerra', in cui viene ben descritto come utilizzare la tattica bellica nelle attività di marketing. Vedere il proprio lavoro applicato in un altro ambito è un modo suggestivo, oltre che utile, per avere una chiara visione di come si deve agire sul lavoro stesso. Vi sono alcuni esempi in cui vari mondi si intersecano ed arricchiscono la cultura imprenditoriale, come ad esempio le lezioni di Julio Velasco all'Università Bocconi, da cui è emerso che lo sport ha una chiara vocazione ad insegnare anche in altri settori". Goj, in un libro intitolato "L'altro marketing" aveva già espresso la sua visione dell'applicazione del marketing appunto nello sport, nella religione, nella cultura, nell'arte e nella politica. "Infatti - prosegue - ho accolto con molto entusiasmo l'idea di proporre qualcosa che si intreccia con teorie nelle quali credo da molto tempo e lo dimostra la cover story del giornale che prende spunto proprio dagli eventi descritti da Lombardi."



Numero Verde

800 107 107

www.bancamediolanum.it  
Selezione e reclutamento  
tel. 0290492778  
Notizie Mediolanum a cura di  
Roberto Scippa