

I SEGRETI DEL SUCCESSO DELLA RETE GUIDATA DA ENNIO DORIS

Il promotore Mediolanum è il più soddisfatto e motivato

Banca Mediolanum è la rete che complessivamente soddisfa di più i promotori finanziari italiani, oggi alle prese con la sempre più difficile sfida di offrire una reale consulenza integrale al cliente. È questa la conclusione di "PF Monitor", un'indagine indipendente di monitoraggio della soddisfazione dei promotori finanziari realizzata recentemente da Allaxia e GPF&A. La ricerca verte sullo scenario delle reti per il 2004, le valutazioni sulle opportunità di business ed il "sentiment" nei confronti del mercato azionario. In particolare, le finalità dell'indagine sono rivolte anzitutto a misurare il grado di soddisfazione dei promotori e la loro interazione con le società di appartenenza, in modo di fornire indicazioni utili alla società stessa. Lo studio ha avuto come scopo la raccolta delle sensazioni e la valutazione del punto di vista di chi sta "in trincea" in questo mercato, avendo contatti diretti sia per quanto riguarda la domanda sia per l'offerta di prodotti e servizi. Infine si è voluto ritenere questo "target" alla stregua di un "target" di "opinion leader" per realizzare in tal modo una sorta di "termometro" del "sentiment" sui mercati finanziari.

Ma quali sono oggi i fattori specifici che fanno la soddisfazione di un promotore finanziario italiano? Anzitutto la gamma di prodotti che viene messa a disposizione dalla società, poi tutti i supporti che sono forniti in materia di comunicazione e marketing. Rivestono importanza anche il supporto offerto dalla linea manageriale di riferimento, la qualità e l'efficacia della formazione, la frequenza e il livello qualitativo dell'informativa sull'andamento dei mercati, le "operations" (tempi di apertura dei contratti, consegna materiali...), la dotazione

L'indagine indipendente di Allaxia e GPF&A rileva inoltre l'importanza dell'attenzione che la Banca riserva ai Consulenti Globali

informatica, i criteri di sviluppo e inserimento professionale nella società, l'utilizzo del web al posto della carta.

Due però sono i fattori davvero fondamentali nel determinare la soddisfazione complessiva del promotore: l'attenzione e l'impegno che l'azienda è in grado di dimostrare nei confronti della rete e, ovviamente, la remunerazione e tutto il sistema di "benefit" ed incentivi. In particolare di questi due fattori decisivi, il primo, dal 2003 all'anno in corso, è passato da un'importanza del 19% al 16%; mentre il secondo è salito dal 13% al 14%. Vediamo ora in dettaglio i risultati dell'indagine, che è stata condotta, tramite interviste telefoniche, su un campione di 700 promotori finanziari, facenti capo a sette reti. I nomi dei soggetti sono stati estratti a caso dal sito della Consob e sono stati successivamente selezionati tenendo presente due criteri, entrambi rilevati attraverso quesiti diretti posti all'intervistato e tesi a verificare: l'attuale esercizio della professione di promotore finanziario e la rete di appartenenza. Il campione era rappresentato per l'82% da uomini e per il 18% da donne, con età perlopiù (74%) compresa fra i 25 ed i 44 anni, avente un titolo di studio per la maggior parte (66%) di diploma di scuola media superiore; mentre l'area geografica di appartenenza risulta essere il Nord al 42%, il Sud a 37% e il Centro al 21%. Ebbene: a livel-

lo di soddisfazione complessiva del promotore Banca Mediolanum è risultata saldamente prima. Infatti, nella scala da 1 a 4 ottiene un punteggio di 3,5 migliore della media del campione (3,26) e pure in crescita rispetto al valore ottenuto nel 2003 (3,47). La rete condotta da Ennio Doris guida la classifica anche per i supporti forniti in tema di comunicazione e marketing. Il valore ottenuto è 3,79, migliore della media (3,27) e in aumento se confrontato con il 2003 (3,61). Mediolanum è prima anche per ciò che riguarda la frequenza e la qualità delle comunicazioni tra società e promotore: il risultato attribuito dall'indagine è infatti di 3,77, migliore rispetto al 3,68 ottenuto nel 2003 e alla media (3,25). La rete Mediolanum occupa la prima posizione pure considerando il fattore fondamentale di soddisfazione sopraddescritto e relativo all'attenzione e all'impegno che la società dimostra nei confronti del "network" dei suoi promotori: il punteggio di 3,60, più o meno identico rispetto al 2003 (3,61), è decisamente elevato se paragonato alla media del campione preso in esame da "PF Monitor" (3,16). Infine altri due criteri di soddisfazione hanno visto Banca Mediolanum detenere la "leadership" fra le reti: i criteri d'inserimento e sviluppo professionale (3,33 punti), e la qualità ed efficacia della formazione (3,74): in entrambi i casi oltre il risultato medio.

SEMESTRALE

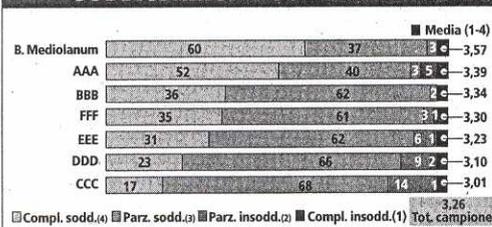
Cresce del 40% l'utile del gruppo Mediolanum

Mediolanum ha archiviato il primo semestre dell'anno con ottimi risultati, evidenziati in particolare dall'utile netto consolidato attestatosi a 77 milioni di euro, con una crescita del 40% rispetto ai primi sei mesi del 2003. Anche le masse amministrate consolidate sono cresciute rispetto al primo semestre dell'esercizio precedente, raggiungendo i 24.946 milioni di euro, in progresso del 13%. La rete guidata da Ennio Doris ha messo a segno nel primo semestre dell'anno in corso anche un aumento del 3% dell'organico complessivo dei consulenti esclusivi che nei tre mercati di attività (Italia, Spagna e Germania) hanno raggiunto le 5.413 unità.

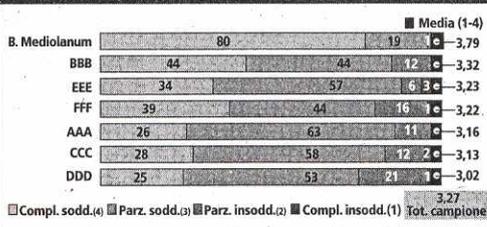
Anche i dati semestrali relativi al mercato italiano hanno fatto registrare un miglioramento dei coefficienti reddituali: in particolare il risultato netto di periodo è stato pari a 93 milioni di euro, con un aumento del 25% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente; mentre le masse amministrate sono salite dell'11% se confrontate al 30 giugno 2003 attestandosi a 20.595 milioni di euro. Analizzando nel dettaglio, la raccolta netta del risparmio gestito, si osserva che essa è risultata sostanzialmente in linea con quella ottenuta nel primo semestre 2003 (-6%); ma soprattutto è da considerare la circostanza che la stessa raccolta è stata positiva nei primi sei mesi del 2004. Il comparto delle polizze vita ha fornito un contributo degno di menzione, realizzando una raccolta netta per 693 milioni, che ha significato un aumento del 39% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente.

A proposito di premi lordi del comparto vita essi sono cresciuti del 37%, attestandosi complessivamente a 1.147 milioni; mentre i premi pluriennali di nuova produzione (soltanto polizze di tipo unit linked) hanno contribuito per 89 milioni di euro, in crescita del 30%; infine, i premi unici hanno raccolto 671 milioni, con una progressione del 56%. Più contenuta (2,5%) è stata la crescita della raccolta lorda di fondi comuni di investimento e gestioni patrimoniali che ha raggiunto gli 841 milioni di euro.

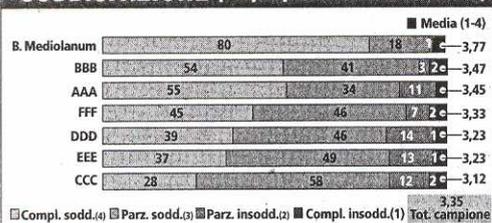
SODDISFAZIONE COMPLESSIVA



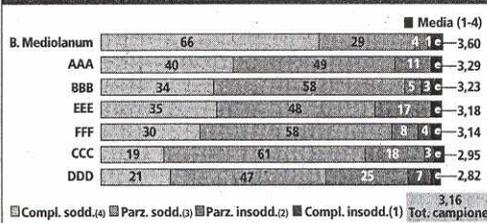
SODDISFAZIONE (supporti in tema di com. e marketing)



SODDISFAZIONE (Freq. e qualità comunic. società-PF)



SODDISFAZIONE (Attenz. e impegno nei confr. della Rete)



Le sigle AAA - BBB - CCC - DDD - EEE - FFF stanno ad indicare altre reti concorrenti delle quali non vengono pubblicati i nomi per motivi di correttezza

Servizio clienti
 CHIAMATA GRATUITA
 NUMERO VERDE
 800.10.10.10
 www.bancamediolanum.it

Il 30 ottobre
 il prossimo appuntamento
 con la pagina Mediolanum.

Selezione e Reclutamento
 tel. 02-90492778