

Iniziativa di Banca Mediolanum in collaborazione con American Express

# Un posto in "PrimaFila" per i clienti più importanti

## IL PUNTO DI ENNIO DORIS LA STORIA DELLE BORSE CI FA BEN SPERARE

La ripresa è dietro l'angolo  
perché lo stallo dei mercati non durerà



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 opinioni positive dei media e del pubblico. Secondo l'esperienza che ha portato Banca Mediolanum ad 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 aggiunge 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.

L'accordo consente alla migliore clientela di usufruire di agevolazioni e servizi personalizzati grazie all'assistenza di Consulenti Globali dedicati

Nasce un servizio privilegiato targato Banca Mediolanum-American Express. 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 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, oltre a rappresentare quasi sempre il segmento di mercato più attivo nell'utilizzo dei servizi bancari. Banca Mediolanum offre perciò un nuovo servizio riservato ad una clientela selezionata che riceve speciale assistenza su misura da parte di tutta la struttura, dimostrando ancora una volta quanto sia prioritaria l'attenzione alla qualità del servizio.

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

## L'INTERVISTA - I perché di un accordo PIÙ VALORE ALLA FEDELTA'

La "Carta Oro", riservata a clienti di successo, permette di usufruire dei migliori servizi offerti dalle due società

Chiediamo al dottor Paolo Famiglini, vice presidente responsabile italiano marketing e vendite di Amerikan Express, le finalità di questa nuova partnership con Banca Mediolanum?

Si tratta di un accordo unico a livello europeo; infatti è la prima volta in Europa che American Express sigla un accordo con un Istituto Finanziario che esce dalla classica logica di distribuzione dei propri prodotti, per entrare in una partnership basata sul valore aggiunto offerto al Cliente, attraverso la costruzione di un sistema integrato di Loyalty personalizzata per la Banca e mirata alla soddisfazione del cliente, accessibile attraverso la titolarità di una Carta di credito American Express. Ciò rappresenta per noi un'importante sfida ed approccio strategico del tutto nuovo nei confronti del mondo Bancario.

Da questo accordo, la nascita del Programma PrimaFila; può chiarirci di cosa si tratta? PrimaFila nasce dalla volontà di Banca Mediolanum di dedicare attenzioni speciali ai propri migliori clienti, attraverso una gamma di servizi e privilegi tali da rendere ancora più unico e personale il rapporto con la

Banca stessa.

Da qui l'idea di una collaborazione con American Express, Azienda nella quale Banca Mediolanum ha individuato il miglior partner per la creazione di un programma di Loyalty integrato da mettere a disposizione dei propri clienti e Affluent ed offrire quindi il meglio dei due mondi.

Ci siamo quindi concentrati sulla realizzazione di un Programma che abbinasse alle migliori condizioni e servizi offerti da Banca Mediolanum, il meglio dei servizi Lifestyle e Rewarding che da sempre caratterizzano e differenziano l'offerta di American Express nel mondo delle carte di pagamento.

L'accesso a PrimaFila avviene esclusivamente "su invito" e la chiave d'accesso a PrimaFila è la Carta Oro Mediolanum American Express, il cui modulo di richiesta viene consegnato a mano al Cliente dal Consulente Globale, all'interno di uno speciale cofanetto di benvenuto personalizzato.

Quali sono i vantaggi che il cliente potrà ottenere?

I vantaggi e le facilitazioni offerte ai Titolari di Carta Oro Mediolanum PrimaFila sono davvero tanti e ne riassumo

qualcuno: un Team dedicato per agevolare l'accesso ai servizi di Banca Mediolanum, corsie preferenziali per il rilascio di mutui e crediti, agenzia viaggi personale, proposte commerciali esclusive ed anche eventi dedicati, come anteprime cinematografiche, spettacoli teatrali e concerti.

Attraverso la Carta Oro Mediolanum American Express, i clienti Mediolanum verranno iscritti gratuitamente ed in modo automatico al Programma Membership Rewards PrimaFila, per trasformare tutte le spese effettuate con Carta - ogni Euro di spesa con Carta vale 1 Punto - in splendidi premi pensati da Banca Mediolanum e American Express.

Inoltre, il programma prevede - e questa è una novità assoluta - la possibilità di accelerare il raggiungimento dei premi guadagnando punti aggiuntivi anche con l'operatività bancaria. Per esempio, ogni riga di estratto conto bancario farà guadagnare 1 punto, ogni utenza attivata sul conto corrente 20 punti, ogni nuovo prodotto finanziario sottoscritto 50 punti e si ottiene 1 punto per ogni 100 euro investiti con Banca Mediolanum.

ti 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.

Ogni caratteristica del programma del club è stata studiata con attenzione e cura per poter soddisfare e "coccolare" la fascia di clientela più numerosa nonché più rappresentativa dello sviluppo economico del nostro Paese.

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 ed ha confermato ancora una volta come le motivazioni che spingono l'individuo ad effettuare le scelte di carattere economico siano dettate dall'emotività.



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 rimesioni; la gestione prioritaria per la concessione di finanziamen-

### Il programma di Mediolanum Channel "Navigatori del tempo" in edicola con Espansione

## GRANDI BATTAGLIE: CORSI E RICORSI DEL MARKETING

"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 qualcosa da 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 accettato 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 gior-

nale che prende spunto proprio dagli eventi descritti da Lombardi. Il filone storico è molto attuale nell'editoria, e tengo a precisare che precursore è stato proprio lo stesso editore di "Espansione" che con il quotidiano "Il Giornale" fu il primo a proporre le pubblicazioni dei grandi del passato".

L'iniziativa congiunta di "Espansione" e Mediolanum Channel non è finalizzata ad allargare il target dei lettori della rivista, ma sicuramente potrà catturare l'attenzione di utenti non abituali e appassionati di storia.

**Servizio clienti**  
CHIAMATA GRATUITA  
**NUMERO VERDE**  
**800-107.107**  
www.bancamediolanum.it

Selezione e Reclutamento  
tel. 02-90492778

Notizie Mediolanum a cura di  
**Roberto Scippa**  
roberto.scippa@mediolanum.it