

Il punto di Ennio Doris Il rialzo delle Borse è dietro l'angolo



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.

La strategia di lungo termine dei Consulenti Globali permette di resistere con successo alla difficile congiuntura e di proteggere l'investitore da scelte sbagliate

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.

Un progetto realizzato da Banca Mediolanum e American Express I clienti-top? Siedono in «PrimaFila» I selezionati assistiti da Consulenti Globali specializzati



PrimaFila Banca Mediolanum è un progetto realizzato in partnership con American Express che per la prima volta si articola 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 100 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, 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.

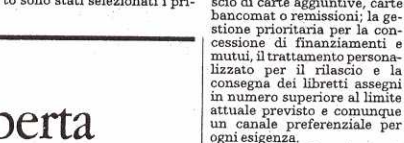
Il cliente con una buona capacità di risparmio ha normalmente necessità di ottimizzare al meglio la gestione del proprio tempo, oltre a rappresentare quasi sempre il segmento di mercato più attivo nell'utilizzo dei servizi bancari. Banca Mediolanum offre perciò un nuovo servizio riservato ad una clientela 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 «PrimaFila»? 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 pri-

mi 60 Consulenti Globali Top che riceveranno una formazione mirata e un supporto tecnico maggiore per lo sviluppo di questo tipo di clientela.



La «Carta Oro» dei clienti «PrimaFila» (logo in alto)

L'INTERVISTA - I perché di un accordo Tutti i vantaggi dell'iniziativa

Chiediamo al dottor Paolo Famigliani, Vice President responsabile italiano Marketing e vendite di American 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 personalizzato 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 che 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.

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.

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 Affluenti ed offrire quindi il meglio dei due mondi.

Esistono altre attenzioni che intendete riservare a chi entra in PrimaFila? Abbiamo pensato davvero a molte sorprese per chi entra in PrimaFila ed è difficile indicarle tutte. Inoltre, PrimaFila è un programma modulare ed i servizi, le opportunità e le offerte saranno continuamente aggiornate e comunicate ai clienti attraverso una speciale Newsletter.

Ci siamo quindi concentrati sulla realizzazione di un programma che abbina 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

Le prospettive di autunno Mercati instabili ma in buona salute

La reazione positiva che si era messa in evidenza nella seconda metà del mese di agosto, è proseguita nelle settimane successive nonostante i mercati finanziari internazionali abbiano dovuto confrontarsi con tensioni di non poco conto.

continua a scalfare l'incertezza che continua a dominare i mercati: un aspetto sicuramente rilevante è dato dall'imminente elezioni elettorali negli Stati Uniti ed dalle possibili evoluzioni del quadro politico internazionale.

Pensiamo alle ripetute impennate del petrolio, ma anche alla recrudescenza dei fenomeni terroristici che hanno gettato nuove ombre sugli scenari di fondo dell'economia mondiale. Evidentemente i mercati azionari stanno valutando la situazione con un certo distacco, cercando di tenere separata l'emotività che può essere collegata a questi fenomeni. L'attenzione degli operatori si focalizza, infatti, sulla reale possibilità di crescita economica rilevata negli scorsi trimestri e sempre più si riflette sugli utili delle società quotate, i lievi segnali di rallentamento registrati recentemente non sembrano minacciare seriamente la possibilità di crescita.

Lo scenario d'autunno si propone quindi con un mercato nonevolmente migliore di quanto è stato possibile solo sperare qualche mese fa, ma non è ancora possibile pensare che si possa delineare una forte e chiara tendenza positiva. Continua ad essere importante evidenziare che, poiché i prezzi delle azioni si trovano a livelli storicamente molto bassi, in relazione alla redditività dei titoli obbligazionari, ci troviamo di fronte una borsa che mantiene una potenziale attrattiva e che, se offerta dai comparti di investimenti alternativi alle azioni (obbligazioni, titoli di stato).

La reale situazione positiva dei dati economici di molte imprese, non appare sufficientemente

Per il momento non si può far altro che continuare a definire il mercato ancora instabile, ma sicuramente degno di attenzione per buone strategie di investimento di lungo periodo supportate da un'attenta diversificazione.

Con Espansione 14 eventi storici Il marketing alla scoperta delle strategie belliche



Milo Goj direttore di «Espansione», a fianco la copertina del numero in edicola



«Espansione» distribuirà allo stesso prezzo di copertina la collezione di dvd dei programmi 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 ed è particolarmente interessato alle strategie e alla gestione delle risorse umane.

«Copio dell'iniziativa 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 nella politica, 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. 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 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.

Service clienti
CHIAMATA GRATUITA
800-107407
www.bancamediolanum.it

Venerdì 26 novembre
Il prossimo appuntamento
con la pagina Mediolanum
Selezione e Recrutamento
tel. 02-90492778