

Iniziativa di Banca Mediolanum in collaborazione con American Express

Un posto in «Prima Fila» per i clienti importanti

Il nuovo servizio è riservato alla migliore clientela che riceverà la Carta Oro e potrà usufruire di agevolazioni particolari e dell'assistenza di consulenti globali specializzati

PrimaFila Banca Mediolanum è un progetto realizzato in partnership con American Express che per la prima volta partecipa a 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 e 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 e 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 a 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 con-

UN PROGETTO UNICO IN EUROPA

Più valore alla fedeltà

Chiediamo al dottor Paolo Famigliani, vicepresidente responsabile italiano marketing e vendite di American Express, le finalità di questo accordo.

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.

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.

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.

sulenti 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 mila euro, benché, in un'ottica di supporto a un target destinato a crescere sempre di più sono ammessi anche clienti con portafogli inferiori che presentano un alto potenziale di crescita; a oggi sono 38 mila 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.

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 mila 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 e organizzare interi viaggi con una semplice telefonata alla Membership Travel Service, partecipare da vero protagonista a 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.

PrimaFila prende ispirazione dall'esperienza maturata con Banca Esperia, nata dalla partnership di Mediolanum con Mediobanca. Banca Esperia, rivolgendosi alla fascia più alta della clientela con portafoglio medio di 2 milioni di euro, ha raccolto più di 4 miliardi ed è il primo distributore italiano di hedge fund, accumulando un'esperienza autorevole e risultati economici decisamente superiori alla media di mercato.

ESPANSIONE REGALA 7 DVD DEL PROGRAMMA DI MEDIOLANUM CHANNEL

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», di-



La copertina del numero in edicola ai primi di novembre

chiara Milo Goj, direttore della testata, «Lombardi reinterpreta 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. 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».

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