

# BANCA CIRCOLARE, UN MODELLO NUOVO TRA ANTICO E MODERNO

Mediolanum ha eliminato i difetti degli istituti tradizionali e delle banche online creando un paradigma completamente diverso rispetto al passato, arricchito dal valore aggiunto del Family Banker

**U**na nuova banca, che offre tutti i vantaggi della banca online ma garantisce anche il rapporto umano che è tipico degli istituti tradizionali. Questo è il modello della "banca circolare" di Mediolanum. Circolare non solo perché costruita attorno al cliente ma soprattutto perché rappresenta un paradigma completamente diverso rispetto al passato.

«Dobbiamo far capire - spiega **Edoardo Lombardi**, vicepresidente del Gruppo Mediolanum - il valore della differenza che ci contraddistingue. Non siamo una banca tradizionale ma, allo stesso tempo, siamo molto più di una banca online. Facciamo tutto quello che fa uno sportello bancario e tutto quello che fa un istituto online e lo facciamo con un livello di servizio molto alto, grazie alla presenza del Family Banker che umanizza tutte le operazioni».

Mentre i clienti di Banca Mediolanum lo hanno già compreso, come confermano gli elevati livelli di customer satisfaction, i "prospect" (clienti potenziali) sono un po' confusi, perché abituati a distinguere tra banche tradizionali - che, in fondo declinano ancora lo stile inventato a Firenze dai Medici nel 1400 - e virtuali, definite nel linguaggio comune banche online. «Non capiscono che noi siamo una cosa diversa. E, visto che non siamo un istituto tradizionale, ci associano a una banca online», spiega Lombardi.

Le banche tradizionali si fondano sul rapporto umano, ma impongono al cliente i loro tempi. Spesso si resta in coda decine e decine di minuti. Gli istituti online, invece, sono ga-



Edoardo Lombardi,  
vicepresidente del Gruppo Mediolanum

ranza di libertà, senza obblighi di orari o localizzazione, ma non consentono il contatto umano. «Se noi togliamo gli svantaggi delle due soluzioni - osserva Lombardi - resta il nostro modello, che ha tutti i "plus" della banca online ma garantisce anche, grazie al Family Banker, quel rapporto umano tipico degli istituti tradizionali».

Il cliente è al centro del modello circolare: attorno a lui ci sono tutti gli strumenti (Family Banker, Internet, telefono, tv) che lo affiancano in ogni momento e per qualunque necessità. Nessun canale è in concorrenza con l'altro. «Certamente - aggiunge Lombardi - abbiamo distinto tra operazioni a basso valore aggiunto (bonifici, ricariche del cellulare, ritiro del libretto degli assegni, compravendita titoli), la cui gestione compete direttamente al cliente, e operazioni ad alto valore aggiunto (dove investire, cosa acquistare, come gestire il mio risparmio a lungo termine, come scegliere il mutuo più adatto alle esigenze individuali), nelle quali il protagonista diventa il Family Banker». Che vede quindi nei sistemi tecnologici un mezzo per sgravarlo da tante operazioni a basso valore aggiunto, così da concentrarsi sulle operazioni ad alto valore aggiunto per il cliente e per lui stesso e fornire allo stesso tempo un servizio migliore.

## Banca Mediolanum compie dieci anni

*L'innovazione, la professionalità e l'utilizzo integrato delle nuove tecnologie caratterizzano da sempre l'istituto fondato da Ennio Doris il 5 giugno 1997*

Dieci candeline di compleanno, dieci anni di storia e di successi per Banca Mediolanum. Il 5 giugno 1997, con la firma del decreto da parte del Governatore della Banca d'Italia, nasceva Banca Mediolanum.

L'obiettivo era quello di sviluppare i servizi e i prodotti rivolti alla clientela secondo i valori e le linee-guida che hanno sempre ispirato e continuano a caratterizzare l'attività di Banca Mediolanum: centralità del cliente, tradizione di affidabilità e allo stesso tempo innovazione nelle strategie, utilizzo delle tecnologie più evolute per comunicare ma anche contatto umano con la clientela attraverso l'esperienza e il supporto dei propri professionisti e consulenti. Da allora, e per arrivare all'importante giro di boa dei primi dieci anni di attività, è stato un continuo susseguirsi di risultati prestigiosi e di successi: oltre un milione di clienti e quasi 500.000 conti correnti, una rete di 6.500 Family Banker e una struttura di sede forte di 1.400 collaboratori.

Le principali tappe che hanno permesso a Banca Mediolanum di raggiungere questi traguardi ne

definiscono e tracciano anche il percorso di crescita: nel 2000 si ampliano ulteriormente le possibilità di collegamento e accesso per i clienti con l'apertura dei servizi sulla rete Internet, e la successiva introduzione di servizi di Trading online. Nel giugno dello stesso anno viene avviato il processo di espansione all'estero, attraverso l'acquisizione del Gruppo Bancario Fibanc e l'esordio anche nel mercato spagnolo. Il ventaglio dell'offerta si arricchisce poi anche negli ultimi anni, quando nel 2005 vengono lanciati nuovi prodotti di punta, come il conto corrente Reflex, flessibile e personalizzato, e la Reflexcard, la carta di credito con la foto del titolare e la possibilità di saldare gli acquisti anche a rate. Lo scorso anno, poi, una nuova intuizione: dopo il Consulente Globale entra in campo il Family Banker. L'uomo di fiducia, il professionista che "porta la banca a casa del cliente" e ne rappresenta un riferimento consolidato e sicuro. Un nuovo servizio e un nuovo valore aggiunto, che fanno crescere ancora Banca Mediolanum.



Quest'anno ricorre il 25° anniversario della nascita del gruppo Mediolanum, fondato da Ennio Doris il 2 Febbraio del 1982