

# IO MI LAUREO IN QUALITÀ

di Edoardo Romano



## Carta d'identità

**Nome:** Antonio Penna  
**Ruolo:** amministratore delegato  
**Società:** Banca Mediolanum SpA  
**Sito internet:** [www.bancamediolanum.it](http://www.bancamediolanum.it)

**L**a qualità del servizio e la soddisfazione della clientela diventano materia di studio all'università. Una vera e propria scienza al pari di economia dello sviluppo, diritto delle assicurazioni, sociologia e simili. A istituire l'insegnamento su tale materia l'**Università Bocconi** che ha sottoscritto un accordo con **Banca Mediolanum** per dare il via alla cattedra in *Customer & Service Science*. Contestualmente è stato costituito anche un centro per la ricerca applicata nei settori dei servizi: il *Customer & Service Science Lab*, struttura articolata in laboratori che svilupperà la sua attività di ricerca nell'ambito di varie aree di interesse quali la centralità e l'orientamento alla clientela, l'innovazione tecnologica e la competitività, il *best-practices* e il *service science*.

Sia la cattedra, sia il centro saranno affidati alla direzione di **Enrico Valdani**, professore ordinario di economia e gestione delle imprese in Bocconi, che sarà affiancato da un comitato scientifico di cui fanno parte per ora, **Antonio Penna**, amministratore delegato di Banca Mediolanum, e **Parsu Parasuraman**, docente e titolare della cattedra di marketing intitolata a James W. McLamore presso l'**Università di Miami**, ai quali si aggiungeranno docenti di fama europea.

Nell'agenda di operatività del centro è previsto lo sviluppo di analisi a livello nazionale sulla qualità del servizio. «Quando abbiamo visto il piano strategico della Bocconi ne siamo rimasti subito affascinati» ha spiegato **Ennio Doris**, presidente di Banca Mediolanum, nel corso della

**Mediolanum**  
**avvia una**  
**“cattedra”**  
**in materia,**  
**assieme alla**  
**Bocconi.**  
**E investe**  
**750.000 euro.**  
**Per gli advisor**  
**e i clienti.**

conferenza stampa di presentazione della *partnership* con l'università milanese. «Proprio per le caratteristiche ambiziose del progetto abbiamo deciso di sostenerne lo sviluppo». La banca si è, infatti, impegnata a sostenere il centro di ricerca per i prossimi cinque anni con un investimento complessivo di circa 750.000 euro, al quale andranno aggiunti eventuali spese di gestione del *Customer & Service Science Lab*.

E anche il consigliere delegato dell'Università Bocconi, **Giovanni Pavese**, ha sottolineato l'importanza del piano strategico: «Il nostro piano costituisce una grande sfida. In questi anni abbiamo capito che la riforma universitaria (*il cosiddetto 3+2, ndr.*) è stata una vera e propria rivoluzione copernicana per la formazione. Per questo è importante affrontarla con una progetto articolato e serio di almeno 7/8 anni. Per questo abbiamo cercato partner pronti ad

accettare la nostra sfida. Banca Mediolanum, un'icona della sfida, ha subito risposto al nostro invito».

L'istituto guidato da Doris, infatti, non è nuovo a questo genere di iniziative. Già negli anni '80 aveva realizzato una struttura dedicata al rispetto di standard qualitativi per i prodotti e l'operatività offerti, e aveva messo a disposizione un numero verde dedicato alla clientela. Ogni anno, inoltre, la banca conduce indagini di *customer satisfaction* per valutare il livello di gradimento dell'offerta sul mercato e periodicamente provvede a verificare se all'interno dell'azienda il clima si mantiene sereno e collaborativo.

Ma la collaborazione con l'Università Bocconi, rivolta al tema della qualità, non si ridurrà alla gestione del centro e della cattedra in *Customer & Service Science*. L'istituto milanese amplierà, nel corso del 2007, il proprio progetto di qualità e comunicazione anche con l'istituzione del *Mediolanum Best Creatives Service Award*, un riconoscimento che annualmente sarà assegnato alle aziende italiane che maggiormente si saranno distinte nella qualità del servizio fornito e nella *customer satisfaction*. I primi riconoscimenti dovrebbero essere assegnati già da questo autunno.

Infine, il gruppo Mediolanum ha annunciato la creazione di un percorso formativo sulla qualità, svolto all'interno dell'azienda e riservato, per ogni sessione (aprile e settembre), a 10/12 neolaureati ad alto potenziale i quali al termine del periodo conseguiranno il *Service Quality Certificate Mediolanum*. □