

BANKING CENTER, QUANDO IL NOME È IN GRADO DI FARE LA DIFFERENZA

Il servizio di Banca Mediolanum è gestito da specialisti. I suoi operatori hanno maggiori competenze di un addetto allo sportello in materia di servizi bancari, previdenza e investimenti

Un assicurato vuole controllare il valore della sua polizza, un investitore in Borsa ha bisogno di assistenza per il trading online e la compravendita titoli in tempo reale. Un cliente chiama per effettuare un bonifico bancario e una ricarica sul cellulare, un altro chiede informazioni sul saldo e su alcuni pagamenti.

A tutti risponde, ogni giorno feriale della settimana, dalle otto di mattina all'è dieci di sera, sabati mattina compresi, il Banking Center di Banca Mediolanum. Banking Center, e non Call Center. E la differenza non sta solo nel nome, ma è sostanziale: la particolare denominazione sottolinea appunto la profonda diversità. Perché se con il termine Call Center si intende generalmente un centralino aziendale composto da addetti poco specializzati, spesso al primo impiego o con un contratto precario, senza una formazione specifica per le mansioni svolte, e in grado di fornire un servizio di scarso profilo e a basso valore aggiunto all'interlocutore che chiama, il Banking Center di Mediolanum rappresenta l'esatto contrario.

Composto da circa 350 operatori specializzati, e per questo ribattezzati Banking specialist, tutti dipendenti della banca e formati all'interno, con un training specifico, appositamente studiato per soddisfare tutte le possibili esigenze della clientela. L'operatore del Banking Center

ha, in pratica, non solo tutte le competenze e le funzioni di un addetto allo sportello bancario, ma molte altre in più, dato che è in grado di gestire dai normali servizi bancari, come bonifici e transazioni, alle operazioni di investimento, dalle sottoscrizioni di polizze assicurative alle richieste d'informazioni, dalle operazioni di pagamento alle compravendite titoli in Borsa. A differenza di un tradizionale operatore allo sportello, quindi, ha competenze che vanno dal risparmio alla previdenza, dai servizi bancari ai vari settori d'investimento.

«La qualità del servizio alla clientela - osserva Antonio Maria Penna, amministratore delegato di Banca Mediolanum - è sempre stato un elemento fondamentale della nostra attività. Per fare un esempio, siamo stati il primo istituto bancario in Italia ad attivare un Numero Verde, già nel lontano 1988. Per diversi anni siamo stati gli unici a offrire questo servizio, per quei tempi davvero innovativo. Da allora lo sviluppo dei nostri servizi ha sempre seguito da vicino l'evoluzione tecnologica, per portare la banca a casa del cliente attraverso il telefono, e poi, via via, il teletext, internet, la Tv via digitale terrestre, sino allo smart phone».

Il modello organizzativo e di sviluppo di Banca Mediolanum, del resto, si è sempre fondato su due pilastri: il rapporto umano e l'innovazione tecnologica. Un binomio che si riflette in ogni ambito di attività della banca, dove l'uso delle tecnologie mette a disposizione del cliente tutti gli strumenti per operare come e quando vuole, nel modo più semplice e accessibile possibile, e quando c'è bisogno di assistenza o di una consulenza entra in gioco il Family Banker, che può raggiungere di persona il cliente direttamente a casa sua, o il Banking specialist, pronto a rispondere alle chiamate nel giro di pochi secondi. Che la qualità del



Antonio Maria Penna,
amministratore delegato di Banca Mediolanum

servizio sia un obiettivo centrato lo confermano i dati e le analisi sulla "Customer satisfaction": il Banking Center risponde entro 20 secondi per il 97% delle chiamate, a fronte di una media di mercato che si ferma all'80% del totale, mentre per la fascia dei migliori clienti i tempi di risposta si riducono entro i 5 secondi nel 98% dei casi.

«La tendenza in atto - rileva l'amministratore delegato di Banca Mediolanum - evidenzia che il cliente si sta sempre più abituando a fare per conto proprio le operazioni più semplici, attraverso l'accesso diretto alla banca tramite i diversi strumenti tecnologici, mentre per quelle più complesse o per qualsiasi altra necessità si rivolge al suo Family Banker. Per questo - conclude Penna - forniamo tutte le condizioni per un servizio funzionale, facile da utilizzare e in linea con le esigenze della clientela». E proprio per questo, si chiama Banking Center.



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