



Nel rapporto con la banca il cliente è il vero protagonista e può decidere in piena autonomia come utilizzare i servizi Family Banker, l'evoluzione della consulenza

Stare al passo con i tempi. L'esperienza insegna come dominare siano le specie che per prime imparano ad adattarsi ai cambiamenti del mondo esterno. La stessa considerazione vale per i settori produttivi in genere e, in particolare, per il comparto del risparmio gestito e quindi per gli istituti di credito. Chi, infatti, perde terreno, resta troppo indietro e alla lunga rischia l'estinzione. Per quanto riguarda l'orizzonte della consulenza finanziaria, la prima svolta arrivò con l'invenzione da parte di Banca Mediolanum della figura del Consulente Globale, che in un unico profilo professionale coniugava la possibilità di offrire un supporto alla famiglia in tutte le scelte riguardanti il risparmio, la previdenza, la protezione e la casa. All'epoca il settore delle banche viveva in una sorta di "limbo", un auto-protezionismo che garantiva la crescita degli istituti solo attraverso i canali tradizionali, ostacolando la genesi di quelle "difese"

necessarie per mettersi al riparo dagli attacchi dell'innovazione. Quella di Banca Mediolanum, pertanto, fu un'intuizione che anticipò i tempi, tanto che fra i competitors almeno una vera e propria corsa a copiare il suo modello bancario, innovativo, pensato e realizzato dopo un'attenta analisi del cambiamento delle esigenze della clientela e prima ancora dell'ambiente esterno. Però per dare il via a una fase di rinnovamento, nel segno della tradizione e della continuità, la cultura e la mentalità, per quanto importanti, non bastano occorrono anche i mezzi per gestire il cambiamento. In pratica si deve disporre della capacità e soprattutto degli strumenti che assicurino un'adesione piena e soddisfacente ad un nuovo stile di lavoro. Ecco allora che un modello di cui DNA incorpori la flessibilità per adattarsi al meglio alle variazioni del sistema, viene a possedere quel valore aggiunto che gli consente di continuare la propria evoluzione.

È ciò a cui oggi si sta assistendo in Banca Mediolanum, in quanto il consolidamento della sua struttura - reso possibile da un impegno sempre più all'avanguardia delle nuove tecnologie che permette il ricorso alla "multicanalità" - ha favorito la trasformazione della figura del promotore. Dopo la rivoluzione avviata dal Consulente Globale, con il Family Banker

In Banca Mediolanum questo scettario si è già tradotto da tempo in realtà grazie al contributo del Family Banker che ha una duplice funzione: con il suo contributo umano completa la formula "multicanale", e al contempo rappresenta la "chiave d'accesso" alla stessa Banca, poiché forte della sua competenza e professionalità, ha il ruolo di guidare il cliente nel-

costi che poi ricadono sui correntisti. Nelle seconde, invece, il risparmio che deriva dalla gestione online è in difetto per l'assenza del fattore umano. Con Banca Mediolanum la banca arriva a casa o in ufficio a qualunque ora della giornata. Innanzitutto perché con la tecnologia le operazioni possono essere effettuate contattando anche dal proprio telefono cellulare il contact center, oppure tramite telextext o via Internet. Inoltre ci sarà sempre un Family Banker pronto a rispondere ai quesiti delle famiglie. Se la premessa dunque consiste in un servizio a casa del cliente o dove egli preferisca, allora il Family Banker è molto di più di un semplice funzionario o dipendente. È un "imprenditore" che decide quanto tempo e denaro investire, disponibile a sacrificarsi per rispondere alla domanda di flessibilità, a cui in cambio viene offerta la chance di realizzare un'azienda personale. Ovvero è un "banchiere" in grado di crearsi una "filiale

virtuale", costruita intorno al suo portafoglio clienti mediante il modello multicanale messi agli a disposizione. In questo contesto la "filiale virtuale" non sarà più "centro di costo" - come nonostante gli sforzi delle banche tradizionali rimangono invece gli sportelli tout court - ma "centro di profitto". Con il Family Banker, perciò, la Banca si sposta per raggiungere le famiglie, il suo target di riferimento, e soddisfare l'insieme dei loro fabbisogni: da quelli bancari, creditizi e finanziari, a quelli di investimento e di tipo assicurativo-previdenziale. Un professionista che pone la "banca" ed i suoi servizi al centro dell'attività di sviluppo ed acquisizione della clientela. Per i promotori perciò l'evoluzione può anche saltare alcune fasi di sviluppo: un promotore che resta nei confini della propria azienda rischia l'involuzione, passando a Banca Mediolanum invece si può partecipare all'evoluzione della "specie".

Il Consulente Globale si trasforma in banchiere del Terzo Millennio e arriva nelle case con tutta la sua professionalità e la tecnologia più avanzata

comincia l'era dell'evoluzione. Nella banca del Terzo Millennio il rapporto tra istituzione e cliente ha conosciuto un'inversione di rotta: quest'ultimo è diventato il vero protagonista della relazione, il soggetto che ha il potere di decidere in autonomia il luogo, le modalità e il momento in cui servirsi della consulenza e dei servizi bancari.

l'uso della piattaforma tecnologica. Fatta questa premessa esiste una differenza di fondo rispetto sia alle banche tradizionali sia a quelle che sfruttano le potenzialità del web. Le prime, infatti, per espandersi e raggiungere ulteriore clientela, sono tenute ad aprire nuove filiali, che tuttavia restano limitate a una collettività localmente circoscritta, a cui si aggiungono i

Il nuovo servizio risponde alle esigenze di comunicazione, tempestività e protezione

Con un Sms il conto in banca è più sicuro 250 new entry

In pochi secondi e gratis il cliente ha la certezza che le operazioni effettuate sono andate a buon fine

"Master Gold" debutta a fine ottobre

Il Master formerà i nuovi family banker

Tutte le operazioni bancarie scelte dal cliente saranno confermate da un breve messaggio che apparirà sul display del cellulare

Conti Mediolanum - tutti gli sms	
SICUREZZA	Cambio codici Accesso al sito
CONTO	Saldo - soglie prestabilite dal cliente
CORRENTE	Saldo periodico Accredito bonifico Accredito cedole DiPipi Accredito interessi Accredito polizza Accredito titoli Emolumenti/Pensionari Versamento assegni Versamento contanti
ADDEBITI	Conferma eseguito Bonifico/Giroconto Rimissione/Pagamento assegni Addebito/Sborno RID
BANCOMAT	Prelievo ATM Pagamento POS Addebito mensile pedaggi se pagati con la tessera bancomat Ricarica telefonica via bancomat Prelevi Bancomat gratuiti residui
TITOLI	Notifica eseguiti/non eseguiti di borsa Trading Operazione sul capitale

di banca multicanale il servizio del breve messaggio sul cellulare non rappresenta un optional ma è incluso nel "pacchetto" di vantaggi messi a disposizione di tutti i correntisti. La sua ricezione, infatti, a differenza di ciò che viene offerto sul mercato, è totalmente gratuita per qualunque operazione effettuata sul conto corrente. Lsms alert, pertanto, risponde ad una duplice funzione, ovvero di comunicazione e al tempo stesso di sicurezza e protezione. Il messaggio riferisce al cliente i prelievi e i pagamenti con bancomat e carta di credito; avvisa dell'arrivo sul proprio conto corrente dello stipendio mensile o di un eventuale versamento a suo favore; dà notizia di bonifici in ingresso e conferma di quelli in uscita; e ancora può trattarsi di alert per il saldo periodico e di superamento saldo soglia; di notifica dell'accesso alla banca online; dell'accredito interessi sul c/c, polizze vita e titoli.

Per ottenere l'operatività dei servizi sms basta una telefonata (o attraverso uno dei canali diretti) oppure si può ricorrere al proprio promotore finanziario. Alcuni messaggi, inoltre, vengono inviati in modo automatico (ad esempio per la richiesta di bonifico over 10mila euro e la notifica di aumento massimale bonifici) per garantire la massima sicurezza.



Per diventare family banker da oggi c'è il Master "Gold". Il prossimo 23 ottobre debutterà la prima edizione del corso pensato per potenziare ulteriormente la rete di vendita di Banca Mediolanum e preparare

master Mediolanum - prosegue Cova - tuttavia si differenzia per il corpo dei docenti, costituito dai top managers della Rete, in secondo luogo dal fatto che ciascuna sessione giornaliera terminerà con una plenaria a cui parteciperanno testimonial del mondo del business e dello sport di fama internazionale che porteranno la loro esperienza come esempio di successo. A chiudere i lavori sarà poi lo stesso presidente del Gruppo Mediolanum, Ennio Doris".



Franco Cova, Responsabile Sviluppo Rete di Banca Mediolanum

Più articolati, inoltre, sia la didattica che le materie oggetto delle lezioni. Si partirà dall'analisi del settore del risparmio e del fenomeno Internet per passare al particolare modello di banca "multicanale" creato da Banca Mediolanum grazie all'impiego delle nuove tecnologie e quindi ai vantaggi in termini di prodotti e servizi offerti rispetto a quelli degli altri istituti di credito.

Ma per le decisioni quotidiane più di routine, vale a dire bonifici, prelievi, ricariche telefoniche, informative sui saldi e bonifici, il correntista può operare da solo e con grande semplicità attraverso i "canali diretti",

cioè il telefono, il telextext, l'accesso via Internet, in piena autonomia e 24 ore su 24. Con il valore aggiunto dell'sms alert Banca Mediolanum è poi sempre al fianco della sua clientela. Nell'architettura del modello

Semestrale: crescono masse, rete e correntisti

L'impiego delle nuove tecnologie per garantire al cliente, in qualunque momento della giornata, l'accesso "multicanale" alla banca e la professionalità degli oltre 5mila consulenti globali della rete di vendita, rappresenta il punto di forza del Gruppo Mediolanum. A riprova, il Gruppo guidato da Ennio Doris, attivo nel settore del risparmio gestito e in quello dei prodotti assicurativi e previdenziali, ha concluso il primo semestre del 2006 in modo nuovamente positivo con un utile netto pari a 106 milioni di euro. In crescita le masse amministrative che, con un incremento del 10% rispetto al 30 giugno del 2005, si sono attestate a 31.062 milioni di euro. Così come un consistente progresso hanno conosciuto sia la raccolta lorda che quella netta: la prima è pari a 4.225 milioni di euro e la seconda a 1.218 milioni di euro, rispettivamente in salita del 47% e del 30%. Confrontando i risultati relativi allo stesso periodo del 2005 il Gruppo Mediolanum ha registrato un utile netto in calo dell'8% (mentre l'utile "ante imposte" è stato pari a 139 milioni di euro, in discesa del 6%). Ma va tenuto presente che il primo semestre dell'esercizio scorso aveva assistito a una ripresa dei mercati azionari, con la conseguente generazione di commissioni di performance del 72%, più elevate di quelle del 2006. Al netto delle commissioni di performance, l'utile "ante imposte" sarebbe cresciuto del 17% rispetto allo stesso semestre del 2005. Lo scenario complessivo, infatti, è decisamente di segno positivo. La raccolta lorda dell'asset management è stata pari a 1.647 milioni di euro, in crescita del 129%, e quella netta, per un totale di 902 milioni, è cresciuta del 24%. In particolare il risparmio gestito ha visto un balzo del 40% raggiungendo i 793 milioni di euro. Visto il valore aggiunto della consulenza globale, Banca Mediolanum ha puntato sulle sue risorse: al 30 giugno 2006, l'organico della Rete di vendita, con 823 new entry, è arrivata a 5.658

Consulenti Globali (di cui 3.954 promotori finanziari). Ancora, il totale dei clienti primi intestatari supera gli 800mila, ossia 26.900 in più. In salita anche il numero dei conti correnti (+17%, per un totale di 424.676), con un incremento di 61.331 conti rispetto a giugno 2005. Passando al campo previdenziale i Premi Lordi Vita sono ammontati complessivamente a 1.580 milioni di euro (+24%), mentre la nuova Produzione Vita è pari a 1.042 milioni di euro (+25%), con i premi pluriennali (+28%) a quota 102 milioni e i premi unici in crescita del 25% a 940 milioni di euro. *Embedded value* - il laboratorio da Telegraph-Towers Perrin, con riferimento alle attività del comparto Vita, dell'asset management, dell'attività bancaria e del business spagnolo - ha fatto registrare una crescita del 6%, da 2.807 milioni (riclassificato secondo i principi dell'European Embedded Value) a 2.974 milioni di euro. Il valore della nuova Produzione Vita, asset management e Banca è stato positivo per 151 milioni di euro, in crescita del 64% rispetto all'anno scorso. Con riferimento ai mercati esteri il risultato economico è pure migliorato del 35% (da -2,4 milioni a -1,5 milioni di euro). A dare un forte contributo all'utile consolidato è stata Fibanc, il network operativo in Spagna (1,9 milioni contro i 0,6 milioni di euro del 2005). Basti pensare che, in relazione al circuito iberico, il valore di Embedded Value di Nuova Produzione nei primi sei mesi del 2006 è stato di 9 milioni di euro, vale a dire pari al valore dell'intero anno precedente. Le masse amministrative sono cresciute del 6% fermandosi a quota 2.968 milioni di euro.

*Comunicato completo sul sito www.mediolanum.it

<p>Entra in Banca Mediolanum basta una telefonata 840 704 444 www.bancamediolanum.it</p>
<p>Selezione e Reclutamento 840 700 700 www.familybanker.it</p>
<p>Notizie Mediolanum a cura di Roberto Scippa roberto.scippa@mediolanum.it</p>