

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

Come cambia la figura del promotore con il modello introdotto da Banca Mediolanum

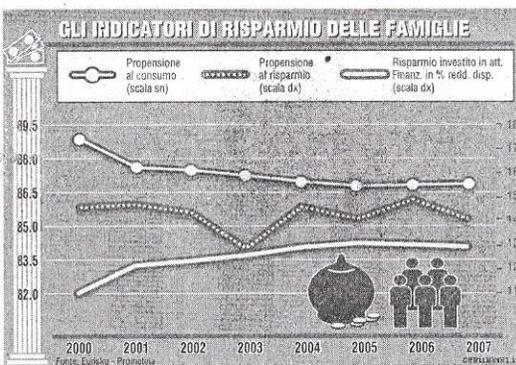
I Consulenti Globali diventano banchieri

Da centri di costo a centri di ricavo e profitto. Dal collocare fondi e polizze, a guida del cliente nelle sue decisioni di investimento. Abbracciando tutti i servizi finanziari e bancari, la figura del promotore finanziario si è rinnovata, trasformandosi da impiegato presso un istituto di credito a imprenditore.

In primo luogo perché il risparmio è un settore in costante crescita, in quanto ogni anno si aggiunge nuova ricchezza a quella già accantonata. Pertanto, ad entrare in crisi possono essere singoli e specifici utilizzi del risparmio, ma non di certo il mercato nel suo complesso. Tra l'altro, negli ultimi anni, la propensione al risparmio da parte delle famiglie italiane, è cresciuta in modo consistente. E lo stesso trend, in atto ormai a partire dal 2000, è proseguito anche nel 2004. Basti pensare che, in base ai dati della Banca d'Italia, poi ripresi dalla consueta indagine Eurisko-Promotore, già nei primi tre trimestri del 2004 il flusso destinato alle attività finanziarie era quasi raddoppiato rispetto allo stesso periodo del 2003, passando da 46 miliardi di euro del 2003 agli 86 dello scorso anno (si veda anche il grafico riportato a fianco). Non va poi sottovalutato che in materia di risparmio non c'è il vincolo dei brevetti: per copiare

un prodotto di un competitor ci si può impiegare anche meno di 24 ore. Ecco allora che, per evitare di restare soppiantati dall'innovazione, la soluzione sta nell'adottare un modello di banca snello e moderno che però possa fare affidamento sugli uomini giusti. Banca Mediolanum, infatti, ha sostanzialmente puntato su due fronti. Innanzitutto ha cercato di rendersi competitiva sul piano dei costi, sperimentando una formula e un metodo innovativo. Ha così investito sulle nuove tecnologie, sia per quanto riguarda l'organizzazione della struttura interna, sia, soprattutto, per la distribuzione dei servizi alla clientela. Risultato:

il debutto della strategia della "multicanalità" grazie all'impiego di Internet, degli sms, del telex, del call center, una gamma di strumenti che consente al cliente di poter eseguire da qualunque luogo e a qualsiasi ora del giorno tutti i tipi di operazione. A ciò poi la Banca ha unito la relazione umana, il supporto anche psicologico, del consulente globale. Non è un caso del resto se anche le banche più tradizionali da qualche tempo ricorrono alla figura del promotore e alla consulenza. Ma il valore aggiunto di Banca Mediolanum, rispetto a tutti gli altri istituti di credito, sta nel fatto che la rete dei consulenti non rappresenta un



segmento delle attività, ma il core business dell'azienda. Banca Mediolanum non ha sportelli, il consulente globale. Tuttavia che fiducia si potrebbe riporre in un medico che si aggiorna poco o non si aggiorna affatto? La stessa cosa accade nel rapporto tra la nostra Banca e la rete. Ecco perché da sempre riteniamo fon-

damentale per le nostre risorse la formazione e il continuo aggiornamento. Se è vero che un'altra banca potrebbe essere in grado di copiare la nostra formula dovrebbe però recuperare molti anni di cultura nella consulenza. Per svolgere al meglio questo mestiere bisogna infatti conoscere da vicino i prodotti, ma occorre anche che il professionista impari a gestire il cliente sotto il profilo emotivo: per questo si studiano e si applicano anche le teorie del Premio Nobel Kahneman. E questa è stata un'intuizione di Banca Mediolanum, che si è tradotta nel garantire un iter formativo e supporti anche dal punto di vista psicologico. Un'altra carta vincente è stata poi quella della "multimedialità" della comunicazione all'interno dell'azienda, rendendo possibile un flusso costante di informazioni dal vertice alla base. In particolare l'obiettivo è stato raggiunto tramite canali comunicativi: la televisione, i giornali e i corsi via web.

Infine per scegliere Banca Mediolanum resta dimostrare di avere motivazione e entusiasmo, non è richiesto un periodo di pratica se non quella sul campo: si comincia da principio a collaborare nell'ambito di un team ma poi crescendo è offerta l'opportunità di diventare imprenditori di se stessi. Del resto, rispetto a tre anni fa gli obiettivi di reclutamento delle reti di promotori sono stati fortemente ridimensionati: se in tutti i business plan delle società di distribuzione si prevedeva l'inserimento di mille e più consulenti, oggi si guarda piuttosto a chi ha già esperienza e soprattutto un portafoglio clienti ben consolidato. Invece Banca Mediolanum - come riportava anche la testata il 30 aprile scorso - rappresenta l'unica azienda che non rinuncia agli esordienti, reclutando, oltre a chi vanta già un background da professionista, anche giovani laureati molto motivati che abbiano già maturato qualche anno di esperienza lavorativa anche in altri settori, che pertanto andranno formati e preparati con tutti i costi in termini di rendimento nella fase di decollo dell'attività. Fino a che, acquisendo le abilità per soddisfare a trecentosessanta gradi tutte le esigenze della clientela, dai servizi bancari e finanziari a quelli di tipo assicurativo, da consulenti diventeranno veri e propri banchieri.

Ennio Doris

COSTRUIAMO UNA RENDITA INTEGRATIVA PER IL FUTURO

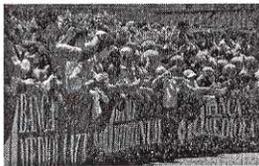
Occhio alla pensione

La cultura della pensione integrativa in Italia è ancora troppo poco radicata. Tuttavia, soprattutto i giovani lavoratori, dipendenti o professionisti che siano, è bene che prendano da subito l'abitudine di destinare una parte dei propri risparmi alle polizze previdenziali per alimentare, giorno dopo giorno, un'ulteriore rendita. Questi prodotti che serviranno a integrare le prestazioni messe a disposizione dalla previdenza statale, ossia quelle fornite dall'Inps e dagli altri enti pubblici previdenziali, rappresentano gli unici strumenti in grado di garantire la stabilità del proprio tenore di vita una volta raggiunta la terza età. Dati alla mano, in Italia, oggi tra bambini e minorenni si arriva a poco più di otto milioni contro gli ultra sessantenni che invece sfiorano quota quindici milioni. E si conta che nel 2050 le persone anziane saranno molte di più rispetto ai giovani. A ciò va aggiunto che sono cambiate esigenze ed abitudini sociali. I pensionati del futuro oggi sono abituati a fare viaggi e vacanze fuori stagione, ad andare a cena fuori, a teatro e al cinema, a vestirsi alla moda. Pertanto se durante la terza e quarta età non si vorrà alterare il proprio stile di vita, è bene preoccuparsi fin da ora che l'entità della pensione sia proporzionata alle necessità personali. La previdenza si dovrebbe basare su tre pilastri: la pensione pubblica, i fondi pensione e la previdenza privata. Ognuno di questi dovrebbe fornire un terzo degli introiti.

Come è accaduto in molti altri Paesi, in specie in quelli anglosassoni, anche in Italia le pensioni integrative sono destinate a diventare sempre più significative in termini economici di quelle pubbliche e da noi i fondi pensione, tranne qualche rara eccezione, stanno partendo solo ora. Banca Mediolanum grazie alla rete dei suoi promotori, offre consulenza, accorgimenti, consigli. La prima condizione da rispettare però resta questa: la propria rendita va costruita passo dopo passo e in modo costante.

CENE ESCLUSIVE E PEDALATE CON I CAMPIONI DI IERI E OGGI

Il "Giro" di Mediolanum



Banca Mediolanum per il terzo anno consecutivo ha portato i suoi migliori clienti all'88° Giro d'Italia, sponsorizzando il "Gran premio della montagna", che premia con la maglia "Verde" il ciclista che realizza i migliori tempi negli arrivi in salita. La Banca, grazie al numeroso team di Pr e hostes, ha seguito l'intero percorso della storica manifestazione ciclistica, fin dalla partenza in Calabria, il 7 maggio, riuscendo a far conoscere il suo modello innovativo di fare banca e, in particolare, i due prodotti lanciati di recente, ovvero il conto corrente Reflex e la carta di credito Reflexcard. Come? Proponendo una serie di iniziative collegate all'evento, che hanno avuto quattro testimonial d'eccellenza: Francesco Moser, Gianni Motta, Maurizio Fondriest e Roberto Conti. "Banca Mediolanum è riuscita così a stare in mezzo alla gente e incontrare i clienti di tutta Italia - spiega Francesco Minelli, direttore Marketing di Banca Mediolanum; - inoltre, abbiamo dato alla nostra clientela l'opportunità di fare una pedalata sullo stesso circuito degli "scalatori", indossando la maglia verde, fianco a fianco dei loro eroi del ciclismo". Inoltre, grazie all'accordo di comarketing con Volkswagen, Banca Mediolanum ha partecipato alla "carovana" pubblicitaria con sei auto, consentendo ai suoi clienti di seguire la gara lungo il tragitto. Ma non è tutto. La Banca di Ennio Doris, organizzando i "Mediolanum party", ha portato a cena i migliori clienti della zona, nei ristoranti più esclusivi delle località toccate dal Giro, invitando, però, per la prima volta, anche gli amici e i parenti più stretti dei loro ospiti.

Entra in Banca Mediolanum
BASTA UNA TELEFONATA

840-704.444

www.bancamediolanum.it

Selezione e reclutamento
tel. 02-90492778

Notizie Mediolanum
a cura di Roberto Scippa
roberto.scippa@mediolanum.it