

NUOVE OPPORTUNITÀ - Una professione che cambia per adeguarsi ai tempi e migliorare sempre più il rapporto con i clienti

Family Banker: così evolve il consulente

È il banchiere del Terzo Millennio in grado di soddisfare tutti i bisogni delle famiglie da quelli finanziari a quelli di investimento

Stare al passo con i tempi. L'esperienza insegna come a 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 alimentò 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 il 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.

E' ciò a cui oggi si sta assistendo in Banca Mediolanum, in quanto il consolidamento della sua struttura - reso possibile da un impiego 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 comincia l'era dell'evoluzione.

Nella banca del Terzo Millennio il rappor-



Un gruppo di Family bankers durante un corso di aggiornamento

to 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.

In Banca Mediolanum questo scenario 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 nell'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 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 tecnolo-

gia le operazioni possono essere effettuate contattando anche dal proprio telefono cellulare il contact center, oppure tramite teletext 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. E' 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 crearci una "filiale virtuale", costruita intorno al suo portafoglio clienti mediante il modello multicanale messogli 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-previdenziali. 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'involutione, passando a Banca Mediolanum invece si può partecipare all'evoluzione della "specie".

Il "Master Gold" debutta a fine ottobre: formerà i nuovi family bankers

In arrivo 250 new entry

Questi nuovi professionisti dovranno soddisfare le esigenze di risparmio e le decisioni di investimento delle famiglie

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 alla nuova figura di promotore finanziario che ancora più di prima dovrà adoperarsi per soddisfare le esigenze di risparmio e le decisioni di investimento delle famiglie.

"L'iniziativa celebrerà l'inizio ufficiale dell'attività per i primi 250 candidati che hanno superato un lungo iter di selezione e che, dopo aver maturato esperienza sul campo, potranno scegliere se occuparsi dell'attività di vendita o intraprendere la carriera manageriale. Si tratta, infatti, della prima tappa del percorso formativo con cui verranno formati i family bankers del futuro", spiega Franco Cova, responsabile Sviluppo Rete di Banca

Mediolanum.

Il master durerà quattro giorni (fino al 26 ottobre), dopo di che le successive edizioni si svolgeranno a novembre, dicembre e gennaio 2007 (per candidarsi si può consultare il sito Internet www.familybanker.it). Alla fine questa operazione di reclutamento comporterà l'ingresso nella Rete Retail di circa 1.000 nuove risorse presso le sedi di tutta Italia.

"Il corso rappresenta un'edizione straordinaria del già collaudato 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 testimonials del mondo del business e dello sport di fama internazionale che porteranno la loro esperienza come esempio di successo. A chi-



dere i lavori sarà poi lo stesso presidente del Gruppo Mediolanum, Ennio Doris".

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.

Entra in Banca Mediolanum
BASTA UNA TELEFONATA
840-704.444
www.bancamediolanum.it

Selezione e reclutamento
840 700 700
www.familybanker.it

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