

Im Mittelpunkt steht für Banca Mediolanum die menschliche Beziehung

Die Vielzahl der verfügbaren Kanäle gestattet es dem Kunden, den für ihn bequemsten Weg zur Bank zu wählen

Sparanlage, Darlehen, Zukunftsvorsorge, Giro- und Anlagekonten sind nur ein Teil der Produkte, die die Bank für ihre Kunden bereithält. Ein großer runder Kreis, in dessen Mitte der Kunde und um diesen herum alle für ihn bereitstehenden Produkte und Dienstleistungen abgebildet sind: Dies ist das Symbol, das Erkennungszeichen von Banca Mediolanum. Mit einem einzigen Bild werden die Geschichte und das Wesen der Bankengruppe aus Basiglio dargestellt, nämlich die zentrale Bedeutung des Kunden und die breite Palette der angebotenen Produkte. Sparanlage, Darlehen, Zukunftsvorsorge sind nur ein Teil des Rundumangebots, das die Mediolanum-Gruppe im Laufe der Jahre für ihre Kunden entwickelt hat und das jeden Aspekt des Lebens abdeckt: das Alltagsleben, die Zukunft, das Heim. Angefangen von den klassischen „Schalterprodukten“ wie Girokonten oder Anlagekonten zu Kredit und Darlehen bis hin zu Versicherungs- und Vorsorgeprodukten zum Schutz und zur Absicherung der Person. Damit decken die Produkte der von Massimo Doris geführten Mediolanum-Gruppe jeden Lebensbereich der Kunden ab. Gleichzeitig steht dem Kunden, was alles andere als nebensächlich ist, eine umfassende, lückenlose Betreuung zu jeder Tageszeit zur Verfügung. Denn der Kunde hat über sein Mediolanum-Girokonto nicht nur virtuellen Zugang zu der Bank, sodass er über Internet die gewünschten Transaktionen rund um die Uhr und an allen Wochentagen vornehmen kann. Vielmehr hat die Bankengruppe aus Basiglio im Laufe der Jahre innovative und effiziente Instrumente



entwickelt, um den Kunden bei seinen Entscheidungen beraten und betreuen zu können. Dies gilt sowohl für die Auswahl der geeigneten Produkte als auch für Anlageentscheidungen. Dazu gehört beispielsweise das Banking Center, ein echter Bankschalter nach dem Motto „ein Anruf genügt“, dessen mehr als 400 Fachkräfte dem Kunden mit Beratung und Informationen zur Verfügung stehen. Diese flexiblen Instrumente gestatten es dem Kunden, seine Bankgeschäfte in absoluter Freiheit und in der Gewissheit zu tätigen, keine bösen Überraschungen erleben zu müssen. Denn Mediolanum darf sich auch rühmen, dass ihr Angebot für den Kunden klar, einfach und direkt und somit transparent ist. Trotz des umfangreichen Produktangebots besteht für den Kunden nicht die Gefahr, den Überblick zu verlieren. Denn bei seiner Entscheidung für das richtige Produkt stehen dem Kunden die Family Banker zur Verfügung, die als Schlüsselfigur der Mediolanum-Gruppe die Nahtstelle zwischen der Bank und ihren Kunden sind. Es handelt sich um ein echtes Netz von Experten, die in den Städten wie auch in den Provinzen tätig sind und damit eine konkrete Nähe zum Kunden garantieren, dem sie bei seinen Spar- und Anlageentscheidungen behilflich sind. Die Bank kommt auf diese Weise zum Kunden nach Hause.

Werbemitteilung.
Die Angebotsunterlagen zu den von Banca Mediolanum vertriebenen Produkten und Dienstleistungen sind auf der Internetseite www.bancamediolanum.it abrufbar und bei den Finanzvermittlern erhältlich.

Oben ein Backstage-Foto vom Set, das im Oktober in Barcelona während der Aufnahmen des Werbespots entstanden ist. Es zeigt Massimo Doris, CEO von Banca Mediolanum, und einige Standbilder des Spots.

„Centesimi che contano“ oder „Jeder Cent zählt“ – die Solidaritätsaktion von Banca Mediolanum

Seit dem 21. Oktober kann jeder Kunde einen Beitrag zu den Projekten der gemeinnützigen Stiftung Fondazione Mediolanum Onlus leisten. Dies geschieht durch Aktivierung von „Centesimi che contano“, dem neuen Dienst von Banca Mediolanum, über den der Kunde automatisch und dauerhaft kleine Geldbeträge spendet. Die von den Kunden im Rahmen dieser Solidaritätsaktion gespendeten Beträge werden von der Fondazione Mediolanum Onlus für Projekte zugunsten von Kindern in Not in Italien und in der Welt verwendet. Die Projekte sehen konkrete Hilfsmaßnahmen in den Bereichen Schule, Gesundheit, Betreuung, Forschung und Kinderrechte vor. Nach Aktivierung des Dienstes wird der Kontostand am Monatsende aufgerufen. Im Falle eines Habensaldos werden im Wege einer automatischen Spende die Cent-Beträge

Centesimi che contano
Fondazione Mediolanum Onlus

Kleine Beträge – große Freundschaftsgesten.

eingezogen, und die Spende wird am dritten Arbeitstag des Folgemonats verbucht. Ein Beispiel: Hat ein Kunde am Monatsende einen Saldo von € 1.000,25 und am 3. Arbeitstag des Folgemonats einen Saldo von € 1.000,58, beträgt die Spende 25 Cent. Der gespendete Betrag kann also jeden Monat zwischen mindestens 1 Cent und höchstens 99 Cent schwanken. Im ganzen Jahr beträgt die Spende damit maximal 11,88 Euro. Aktiviert werden kann der Dienst „Centesimi che contano“ von allen Kontoinhabern, -mitinhabern oder -bevollmächtigten über das Banking Center 800.107.107 oder online über Homebanking. Die Teilnahme an der Aktion kann jederzeit widerrufen werden.

Werbemitteilung für gemeinnützige Zwecke

Eine einfache und direkte Werbung, die alle Produkte und Dienstleistungen der Gruppe beschreibt

Eine um den Kunden kreisende Bank, die eine Vielzahl von kundenfreundlichen und für jede Lebensphase des Kunden gedachten Produkten und Dienstleistungen bereithält: Dies ist die Botschaft der neuen Werbekampagne von Banca Mediolanum, die vom 9. November bis 7. Dezember auf den wichtigsten italienischen Fernseh- und Satellitenkanälen mit mehr als 3.000 Spots von 40 und 15 Sekunden ausgestrahlt wird. Weitere in die Kampagne einbezogene Werbeträger sind Rundfunk, Printmedien, Videobanner, soziale Netzwerke und Plakate. Protagonist des neuen Spots ist der CEO von Banca Mediolanum, Massimo Doris, der dem Zuschauer mit Hilfe des inzwischen berühmten Kreises und repräsentativer Bilder in circa 15 Sekunden die breite Produktpalette des Hauses Mediolanum vorstellt. Eine Vollbank, die ihren Kunden einen Rundumservice bietet und an jeden Aspekt ihres Lebens denkt: von den verschiedenen Modellen eines Hauskaufdarlehens, die in der Kampagne von einem jungvermählten Pärchen dargestellt werden, das gerade die Schwelle seines neuen Hauses übertritt, zur Vermögensplanung mit Unterstützung des Family Bankers, der Schlüsselfigur der

Bankengruppe aus Basiglio. Denn wenn sich zu Recht sagen lässt, dass sich das Leben ständig ändert, lässt sich auch sagen, dass Banca Mediolanum dank ihres umfassenden Produktangebots in der Lage ist, auf alle Bedürfnisse der Familien eine Antwort zu geben. So soll auch mit diesem von Red Cell konzipierten und von Mercurio Cinematografica produzierten Spot die zentrale Rolle des Kunden und die Beziehung zwischen dem Kunden und der Bank hervorgehoben werden. Diese wird, wie immer, dargestellt durch das Symbol des Kreises, inzwischen eine echte Ikone von Banca Mediolanum, der um den Kunden kreisenden Bank.

Folge uns auf:



Diese Seite stellt eine Betriebsinformation mit Werbezweck dar. Ihr Inhalt soll weder beratend wirken noch zu Investitionen anregen.