Ennio Doris: «Il successo del nuovo Conto corrente dovuto soprattutto al supporto umano oltre alle innovazioni tecnologiche»

È il "fattore U" il valore aggiunto di Riflex

L'incremento della clientela (4000nuovi conti al mese) ha suggerito modifiche all'organigramma

Sul mercato da soli quattro mesi e i risultati non si sono fatti aspettare. Sono il conto corrente Riflex e la carta di credito Ritiexcard, gli ultimi nati nella grande "famiglia" di Banca Mediolanum. Dati alla mano, si parla di oltre 4mila nuovi clienti al mese per più di mille alla settimana. Il "segreto" sta nel poter contare su personale preparato e competente. Un prodotto, infatti, se pur dalle grandi potenzialità, non potrebbe funzionare se alla base non ci fosse una rete di vendita capace di rinnovarsi. Ennio Doris, fondatore e presidente di Banca Mediolanum, spiega la rivoluzione in atto nell'ambito dell'istituto di credito.

Da che cosa deriva la rivisitazione dell'organigramma della rete di vendita?

«Il conto corrente Riflex ha riscosso un grande successo principalmente per due ragioni. Innanzitutto perché è il prodotto della nostra gamma che meglio sintetizza la formula innovativa della "multicanalità" adottata dalla nostra Banca, che grazie al telefono, Internet e Telext consente al cliente di "entrare" in Banca per 24 ore su 24 e di svolgere con rapidità ogni operazione. Il valore aggiunto, tuttavia, non sta solo nella migliore qualità del canale tecnologico, ottenuta anche grazie all'impiego dello strumento telefonico che non è soltanto un supporto di quello telematico ma rappresenta un vero e proprio sportello virtuale. La forza del nostro istituto di credito, infatti, sta nel "canale" umano assolutamente integrato con gli altri, vale a dire la rete di vendita dei 5mila Consulenti Globali, che permettono alla Banca di arrivare fisicamente nelle case dei suoi clienti e che grazie al background professionale ad hoc sono di supporto e guida al cliente nelle sue scelte di investimento. Ecco allora che, in seguito al recente incremento della clientela e al conseguente ampliamento di business, si è reso necessario un ripensamento della struttura organizzativa di vertice in modo da essere ancora più competitivi».

Come cambia il management di Banca Mediolanum?

«Premetto che la nostra Banca ha esportato il suo modello anche in Europa, in particolare è presente in Spagna e in Germania. Il cambiamento di "poltrone" più significativo è senz'altro quello che riguarda mio figlio Massimo, che dopo aver guidato per anni la rete di vendita made in Italy passa ora ad occuparsi di tutto il business spagnolo in qualità di amministratore delegato di Fibanc. Al suo posto ci sarà invece Giovanni Marchetta, che a sua volta cede il testimone come responsabile dell'espansione delle reti estere a Claudio Fontanini. A capo di tutte le reti resta invece Vittorio Colussi. Inoltre abbiamo avviato una serie di promozioni: Franco Cova da Regional dell'area Nord diventa il referente per la formazione, reclutamento e sviluppo della rete dei consulenti globali. Poi sono stati promossi Oliviero Giovita e Stefano Volpato, rispettivamente Regional Nord Ovest e Nord Est. Luciano Arcolini da Regional per il Sud passa ad occuparsi di qualità e al suo posto arriva Salvo La Porta. Mentre, per la sua straordinaria esperienza, per il Centro- Italia rimane Guido Lasciarrea».

Si tratta di un "rimescolamento" delle carte, ossia di promozioni e spostamenti nell'ambito dell'azienda di famiglia. Come mai tra i manager della sua Banca non figura in genere personale esterno?

«Io sono solito dire che la nostra banca è una "fabbrica" di manager. Questo perché, in quanto istituto di credito leader sul mercato, periodicamente si parte con campagne di reclutamento per avviare nuove risorse alla professione di consulente globale. I selezionati, per essere poi qualificati a tutti gli effetti consulenti globali di Banca Mediolanum, dovranno seguire un iter formativo ad hoc oltre a superare l'esame di Stato, requisito necessario per l'iscrizione all'Albo professionale dei promotori finanziari. Il nostro obiettivo, del resto, è quello di fare in modo che per ogni posizione interna manageriale e non, potenzialmente ci siano più persone in grado di occuparla, per capacità e conoscenze.

Poco tempo fa l'articolo riportato da un quotidiano economico-finanziario riferiva che Banca Mediolanum è l'unica azienda del settore del risparmio che ancora continua a formare i suoi uomini dal "basso". Come mai?

«La ragione è semplice. Noi vogliamo essere l'opportunità lavorativa e di crescita prima di tutto per le nostre risorse, sia per chi sceglie di crearsi un'agenzia con il suo team di collaboratori e un ampio portafoglio clienti, sia per chi invece decide di optare per la carriera manageriale. Ciò che ci differenzia dai nostri competitors è la "cultura" della consulenza, supportata e alimentata da sempre da una struttura adibita esclusivamente a tutti gli aspetti che attengono alla formazione e all'aggiornamento dei consulenti. E' per noi fonte di vanto e orgoglio che la media dei nostri giovani che superano con esito positivo l'esame di Stato sia del 50% superiore rispetto alla media delle altre reti».

E per coloro che vantano un curriculum nel settore bancario-assicurativo senza però essere promotori finanziari ci sono chance di avanzamento di carriera in Banca Mediolanum?

«Sicuro. Grazie alla sua esperienza sarà davvero ben accetto. L'unico limite alla sua carriera sarà rappresentato dalle sue potenzialità e dalla sua volontà. Ma potrà tranquillamente aspirare anche alle cariche più di prestigio».

Quindi tra i neo inseriti di oggi potrebbe anche esserci un Ennio Doris di domani?

«Certamente».

È stato nominato amministratore delegato della spagnola Fibanc

La nuova sfida di Massimo Doris

Da sempre vive e lavora al servizio del colosso bancario creato dal padre. Massimo Doris, 37 anni, figlio di Ennio, fondatore di Banca Mediolanum, è pronto per affrontare l'ennesima sfida. Dopo aver contribuito a rafforzare ancora, a partire da ottobre 2003, la rete commerciale made in Italy, cuore pulsante dell'azienda, vola ora in Spagna dove sarà Amministratore Delegato di Fibanc, la banca acquistata cinque anni fa e che è la testa di ponte del gruppo di Barcellona.

"Questo nuovo incarico - afferma Massimo Doris - mi consentirà di acquisire maggiore consapevolezza del Gruppo ed ovviamente rappresenta un ulteriore step nell'ambito della mia crescita manageriale". Ma in merito ad esperienza nei vari comparti della Banca, Massimo ne ha da vendere, tanto da non poter essere di certo definito solo un "figlio d'arte". Ha cominciato dal basso, percorrendo passo dopo passo una lunga gavetta. Consegue la laurea in scienze politiche alla Statale di Milano, dopo di che, compiuti i primi passi nell'azienda di famiglia come componente della squadra che si occupa del controllo di gestione, decide di farsi le ossa a Londra, dove in poco più di un anno e mezzo esercita presso prestigiose banche d'affari: dalla Merrill Lynch, alla Ubs, alla Credit Suisse. Fa rientro quindi rientro in sede e, una volta superato l'esame di stato di promotore finanziario, entra nel team del marketing su Internet della Banca, per poi diventare assistente del direttore generale Edoardo Lombardi e, quindi, nel 2002, assumere la carica di responsabile della formazione della rete dei Promotori Finanziari. Nel 2004 arriva la prova più dura: viene designato a capo della rete nazionale dei consulenti di Banca Mediolanum, una struttura che conta oltre 5mila persone, compito che ha svolto con carisma, professionalità e competenza.

Oggi la nuova avventura come Ad del circuito spagnolo creato ad immagine di quello italiano, che si fonda sulla formula innovativa della multicanalità, che si avvale e si serve delle nuove tecnologie per rendere la banca più vicina e a misura delle esigenze della clientela.

"Si tratta di un'occasione fondamentale che mi consentirà di approfondire le tematiche legate al campo della finanza e controllo che conosco meno dell'area commerciale - prosegue Doris - il tutto operando in una struttura dalle dimensioni più ridotte dove sarà possibile assistere ai processi a trecentosessanta gradi, e per giunta con funzioni di responsabilità. Io inoltre porterò il mio bagaglio e l'esperienza maturata".

Per il suo futuro incarico in un altro Stato membro dell'Unione europea, Doris junior ha già le idee ben chiare. "In Spagna, dove resterò senz'altro per due anni, si dovrà insistere sull'ampliamento dell'organico e delle risorse, incentivando la formazione in loco - conclude il nuovo Ad di Fibanc -. Laggiù abbiamo creato la figura del promotore finanziario sul modello di quello italiano; ora a poco a poco si dovranno creare manager locali. Del resto abbiamo vent'anni di Banca Mediolanum da mettere al servizio della rete spagnola".

Vittorio Colussi: Premiati i managers che hanno meglio realizzato le politiche aziendali

Potenziata la rete di vendita

Vittorio Colussi col suo incarico di banking group - ovvero manager a capo di tutte le reti del Gruppo Mediolanum - è da sempre uno dei punti di riferimento dei consulenti di Banca Mediolanum. A lui si rifanno anche il circuito spagnolo di Fibanc e quello tedesco Bankhaus August Lenz e Gamax, ovvero i due modelli di banca multi-canale esportati sui mercati esteri. Di fatto, insomma, tutta la struttura commerciale in qualche modo dipende da lui. Pertanto, rappresenta l'uomo più adatto a spiegare il nuovo organigramma e la strategia intrapresa dal Gruppo.

Perché un cambiamento di questo tipo?

«L'impostazione della rete, in verità, resta la stessa, in quanto non cambia il modo di rapportarsi fra il Centro e le nuove strutture: lo dimostra il fatto che i livelli manageriali non sono né diminuiti né aumentati. Tuttavia si è deciso di puntare a una maggiore copertura della Banca sul territorio, aumentando la presenza a livello regionale. Inoltre si sono voluti premiare con promozioni quei giovani che hanno dimostrato di saper gestire e realizzare le politiche dell'azienda sul piano locale. Si tratta di Stefano Volpato che ora è alla guida dell'area Nord Est, ossia Emilia Romagna e Triveneto, mentre Oliviero Giovita è stato promosso a Regional manager del Nord Ovest, che comprende Lombardia, Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta. Di fatto tutta l'area Nord, che era la più estesa, per un'azione più capillare, è stata spezzata in due grandi zone. Nel Sud arriva Salvo La Porta che, dopo essersi occupato di qualità del servizio in sede, passa a seguire Campania, Molise, Basilicata, Calabria, Puglia e Sicilia. Mentre per il Centro-Italia resta un manager di lunga data: Guido Lasciarrea, che sarà anche colui che avvierà alla professione i nuovi Regional».

E coloro che lasciano questi incarichi di che cosa si occuperanno?

«Franco Cova, che è stato per lungo tempo Regional manager del Nord, andrà ad occuparsi di formazione, crescita e sviluppo della rete dei consulenti globali. Mentre Luciano Arcolini, da Regional del Sud va a gestire l'interazione, il flusso informativo fra rete e sede centrale della Banca, vale a dire l'informatizzazione della rete e la qualità del servizio».

Ma qual è l'obiettivo di fondo?

«Ovviamente l'espansione della rete italiana così come di quelle estere. Obiettivo che, se da un lato richiede un maggior impiego di manager, dall'altro lato fa sì che per le stesse risorse "interne" ci sia ancora maggiore spazio di crescita professionale e carriera».

LA BANCA SUL TERRITORIO

Nell'immagine, sono riportate le nuove divisioni territoriali della struttura della rete italiana di Banca Mediolanum: che fa capo ai nuovi Italian Network Manager Giovanni Marchetta, il quale a sua volta riporta al Banking Group Manager Vittorio Colussi.
A Colussi fanno inoltre riferimento: Claudio Fontanini (Reti Estere), Paolo Suriano (Mediolanum Private Banking), Giuseppe Mascitelli (Mediolanum Comunicazione S.p.A.), Franco Cova (Sviluppo Rete), Luciano Arcolini (Interazione Rete/Clienti), Paolo Malinoski (Career & Compensation), Loris Malagoli (Pianificazione Commerciale), Piero Fatteri (Rete Mutui) e Prospero Grandinetti (Sviluppo Strategico Rete). Su tutti Valerio Baldini è il Direttore Generale delle Reti.

Giovanni Marchetta: Banca Mediolanum è l'unica che continua a creare all'interno i suoi manager

La nostra forza? Professionalità e capacità

Tipico esempio di crescita manageriale realizzata anche all'estero è rappresentato dal profilo professionale di Giovanni Marchetta. Da responsabile dell'area Sud di Banca Mediolanum diventa, prima, protagonista della fase di start up e sviluppo di Fibanc in Spagna, per poi guidare le reti estere, e ora fare ritorno in Italia per potenziare ulteriormente la rete principale della Banca. Una delle caratteristiche che accomuna tutte le reti estere di Banca Mediolanum, infatti, è di essere guidate da uomini che abbiano maturato una rilevante esperienza e siano profondamente radicati nel circuito italiano. Marchetta arriva a capo della rete made in Italy in un momento di effervescenza. Dopo aver superato in modo straordinario gli anni più bui - durante i quali, grazie all'opera di Massimo Doris, l'organico non è stato ridotto e si è continuata a registrare raccolta positiva - il recente lancio del nuovo conto corrente Riflex e le relative attività collaterali, hanno rinvigorito l'entusiasmo e la voglia di fare dei consulenti.

Quanto ha inciso la sua lunga esperienza in Banca Mediolanum sul lancio e il successo della nuova rete spagnola?

«Ho lavorato in tutte le parti d'Italia e ho ricoperto tutte le funzioni possibili nella rete nazionale della Banca: da promotore a supervisore a manager, fino a diventare responsabile di un'area regionale, poi un ruolo nella sede centrale dove sono stato chiamato per occuparmi di qualità del servizio. In Spagna, come Direttore Commerciale a partire dal 2000, mi è stata offerta l'opportunità di avviare una realtà completamente nuova. Ho quindi gli strumenti per comprendere e valutare tutte le necessità e le esigenze delle reti. Il coordinamento dei circuiti d'oltralpe, invece, ha rappresentato tanto un'esperienza di sede, quanto di territorio, dal momento che ero titolare di un ruolo trasversale tra la struttura di sede italiana e quelle di sede estere, a cui si aggiungeva l'interazione con le divisioni commerciali sul territorio. Uno sviluppo insomma assai articolato».

Forte del suo background, qual è il valore aggiunto di Banca Mediolanum?

«Anche la nostra Banca si propone come scopo lo sviluppo delle reti, ma con una differenza: se l'espansione degli altri istituti di credito si misura con l'apertura di nuovi sportelli, per noi ciò avviene con l'inserimento di nuove risorse, grazie ad una struttura ad hoc che si dedica esclusivamente alla formazione dei promotori finanziari. Il valore aggiunto sta cioè nella cultura della consulenza. Banca Mediolanum è l'unica che continua a sfornare e a creare dall'interno professionisti, mentre gli istituti concorrenti hanno raggiunto numeri analoghi in termini quantitativi ricorrendo ad acquisizioni societarie. Ciò accade in quanto l'attenzione del mercato mira soprattutto all'asset. Per Banca Mediolanum accade esattamente il contrario: in prima battuta viene la formazione, e il business è solo una conseguenza. I nostri competitor "comprano" portafogli, noi uomini capaci».

Le Cinque regole per diversificare gli investimenti ed evitare errori e delusioni

Risparmio tranquillo con le "5D"

Come evitare delusioni ed errori nell'amministrare i propri risparmi? Abbandonando qualsiasi forma di gestione "fai da te" e passando a una guida affidabile e consapevole. Banca Mediolanum mette a disposizione la sua esperienza ventennale nel campo della consulenza finanziaria e una strategia ormai collaudata che permette di affrontare razionalmente le decisioni di investimento. Si tratta della strategia delle 5D, sintesi del pensiero di alcuni dei più illustri premi Nobel. Questa legge prevede cinque regole di differenziazione dei propri impieghi finanziari.

LE CINQUE REGOLE PER INVESTIRE

La prima delle cinque "D" prevede di diversificare in base all'asse temporale, suddividendo la propria disponibilità economica tra il breve periodo - ossia due o tre anni, al quale riservare la liquidità di cui si può avere necessità in qualunque momento - medio e lungo periodo (oltre i sette anni). Se poi l'orizzonte supera i dieci anni, allora, investire in Borsa si dimostra in genere l'investimento più redditizio. La seconda regola si rifà a quello che in gergo finanziario viene chiamato il classico "giardinetto", ossia riguarda la diversificazione fra i titoli: più sono di numero, maggiori sono le prospettive di investimento. In particolare, lo strumento che meglio soddisfa queste esigenze è rappresentato dai fondi comuni di investimento.

La terza D parte dalla premessa che, di solito, l'economia mondiale viaggia a diverse velocità nelle differenti zone geografiche. Differenziando perciò anche secondo un'ottica geografica, e suddividendo i propri risparmi su una rosa di Paesi, grazie ancora allo strumento dei fondi, è possibile cogliere queste chance di investimento.

Mancano all'appello ancora la quarta e la quinta "D". La prima, è quella riservata alle forme di risparmio su cui è possibile speculare un po' di più, ovvero la linea di diversificazione che guarda al miglior risultato nel medio e lungo periodo con investimenti sui settori emergenti dell'economia. La strategia si completa, infine, con la regola che punta sugli strumenti innovativi di ultima generazione, come ad esempio le nuove polizze index linked.

Tuttavia la corretta applicazione della legge delle 5D non è sufficiente. Occorre la guida di un Consulente della Banca, che in forza della sua professionalità ed esperienza, sia in grado di studiare la soluzione più adatta per il risparmiatore, che varia a seconda della sua età, delle sue aspettative professionali e familiari. E' necessario, infatti, capire quale parte del denaro vada destinata agli impieghi di breve periodo, quale al medio e quale al lungo. Senza contare che per operare una diversificazione dei nuovi strumenti finanziari si deve avere ben presente il panorama di prodotti che offre il mercato. Per tutte queste ragioni la guida di un professionista del risparmio è davvero indispensabile.

DONA UNA CASA A CHI HA SOLO LA STRADA.

Piccolo Fratello, il Progetto di solidarietà promosso da Fondazione Mediolanum e Banca Mediolanum per dare una casa accoglienza a 40 bambini di strada di Nairobi.

Contribuisci per aiutare i bambini di strada.
Basta un bonifico sul conto corrente di appoggio di Banca Mediolanum intestato a "Piccolo Fratello" e intitolato a
Associazione AMANI Onlus - cdc 616363 - ABI 03062 - CAB 34210

Per saperne di più collegati al sito www.piccolofratello.it oppure vai su www.bancamediolanum.it

BANCA MEDIOLANUM COSTRUITA INTORNO A TE

Entra in Banca Mediolanum
Basta una telefonata
840704444
www.bancamediolanum.it

Selezione e Reclutamento
tel. 02-90492778

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