INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

Ennio Doris: "Chiunque può accedere al proprio conto in qualsiasi momento con una telefonata, con teletext o con internet"

Mediolanum: la banca che ha cambiato la banca

La multicanalità e la formazione professionale dei Consulenti garantiscono un'assistenza a 360 gradi

La professione di promotore finanziario guarda al cambiamento. Con l'avvento delle nuove tecnologie si sono allargate le opportunità di crescita per gli istituti di credito che hanno dimostrato di saper interpretare e tradurre con strumenti innovativi gli effetti del mutamento, facendone così il proprio punto di forza. È il caso di Banca Mediolanum. La rivoluzione tecnologica, pertanto, ha investito chi, a maggior ragione, da sempre cerca di mettere a disposizione della propria clientela un ventaglio di modalità per accedere alla propria banca, senza comunque rinunciare alla consulenza di un professionista che segua passo dopo passo il correntista nelle sue operazioni e decisioni.

La Mission
«... realizzare un'organizzazione in cui ogni azione sia orientata al soddisfacimento dei bisogni del cliente»

Abbiamo chiesto a **Ennio Doris**, fondatore e presidente di Banca Mediolanum, che conta una rete di quasi 5mila consulenti, di spiegarci come sia possibile coniugare il modello di banca "multicanale" con l'evoluzione in atto anche per il profilo professionale del promotore finanziario.

Cosa significa essere oggi promotori finanziari?

«Alla fine degli Anni Sessanta, quando cominciai il mio percorso lavorativo, la professione di promotore finanziario, perché così si chiamava, era intesa in un'accezione molto distante da quella attuale.

La differenza sostanziale stava nel fatto che non esisteva un'unica figura in grado di fornire ad uno stesso cliente una "rosa" di servizi, da quelli bancari e finanziari a quelli di tipo assicurativo. Ognuna di queste macro-categorie faceva strutturalmente riferimento ad una persona diversa a cui corrispondeva un diverso profilo. Fatta questa premessa è facile capire quanto fossero limitati gli spazi di manovra e intervento da parte di un operatore del singolo settore».

La Mission
«... costruire un'azienda nella quale le persone collaborino con un reale spirito di gruppo unite dall'orgoglio di realizzare una grande impresa»

Come si è passati all'era del consulente globale?

«Sembrerebbe un passaggio semplice e intuitivo riunire in una sola figura professionale le tre macro-aree. Tuttavia si è trattato di realizzare un'autentica rivoluzione "copernicana": è stato necessario abbattere quei muri che dall'origine caratterizzavano il comparto del risparmio, delimitando le varie "fabbriche" alla base dei singoli prodotti.

La soluzione è stata trovata nel momento in cui una sola società è riuscita a creare al suo interno le fabbriche di tutti i prodotti e un assetto organizzativo, tale da offrire ai suoi clienti assistenza sul fronte bancario e per gli investimenti finanziari oltre alla possibilità di stipulare polizze assicurative, e oggi anche l'occasione di partecipare all'investimento nell'universo del "mattone". Un professionista, insomma, che abbia la formazione e il background per garantire consulenza a trecentosessanta gradi».

La Mission
«... affermare la meritocrazia il rispetto reciproco e la valorizzazione delle persone come valori condivisi da tutti»

Questo fino a ieri e, oggi, cosa sta accadendo?

«Nell'ambito di questo vero e proprio salto culturale ha avuto un ruolo fondamentale la tecnologia e ancora prima l'arrivo di Internet, con tutte le novità che ha portato in banca. Da allora, infatti, nulla è più come prima.

Oggi i clienti stessi sono più informatizzati, per non parlare del contesto ambientale in cui si muovono, di conseguenza anche gli istituti di credito hanno dovuto prendere atto e cercare di stare al passo. In particolare Banca Mediolanum ha cercato di "attrezzare" la sua rete di consulenti in modo che la clientela possa ricorrere a una molteplicità di canali per entrare in banca - vale a dire con una semplice telefonata al call center, piuttosto che utilizzando il teletex o consultando il sito Internet di BM - ma contestualmente possa in ogni caso contare su un supporto umano che dia certezze in termini di competenza e preparazione. Basti pensare che il modello "multicanale" adottato per la banca trova un corrispondente sul piano della formazione professionale dove si è ormai consolidata una formula di stampo "multimediale". In particolare l'operazione è riuscita tramite l'istituzione e il potenziamento della televisione aziendale e dei corsi via web.

Ossia la volontà di creare una banca capace di soddisfare a tutto campo le esigenze della clientela ha reso necessario un sistema più innovativo e completo dell'iter formativo dei promotori. Del resto questo è il messaggio contenuto nel nostro slogan pubblicitario che, immaginando di parlare ad un potenziale cliente, informa che Banca Mediolanum è "La banca costruita intorno a lui"».

Per partecipare sono indispensabili titolo di studio e un'età compresa tra i 27 e 40 anni

Un Master per la formazione del Consulente

Con la terza edizione che sta per concludersi saranno inseriti circa duecento elementi

Franco Cova

Banca Mediolanum per crescere gioca ancora una volta la sua carta vincente: la capacità di formare gli uomini. Restano fermi tutti gli strumenti finora impiegati per l'aggiornamento e la preparazione dei propri consulenti, ma intanto, per reclutare nuove leve, Ennio Doris e il suo team hanno pensato a qualcosa di veramente nuovo. Sta, infatti, per chiudersi la terza edizione del master organizzato all'interno della stessa struttura centrale dell'azienda. Ce ne parla **Franco Cova**, responsabile Reclutamento e Formazione di Banca Mediolanum.

Quali sono gli obiettivi che si pone Banca Mediolanum con il debutto di questo master?

«Il corso ha durata settimanale e intende conferire un nuovo "taglio" alla formazione delle nostre risorse, vale a dire meno commerciale e più orientato invece verso la conoscenza bancaria. Durante le circa 40 ore di aula, infatti, si parte dallo studio del mercato del risparmio made in Italy e delle principali macro-aree economiche del globo, per poi passare ad analizzare da vicino i vari servizi offerti da BM, a cominciare dall'apertura del conto corrente che è la conditio sine qua non per poter accedere a tutte le opportunità fornite dal nostro istituto di credito. Dopo di che la didattica si completa prendendo in considerazione i bisogni reali del target di riferimento della clientela della nostra banca che è rappresentato dalle famiglie italiane».

Chi sono i candidati ideali? Quali sono i requisiti perpartecipare alle selezioni?

«L'operazione di reclutamento sta guardando tanto ai neo-laureati quanto a chi ha un'età compresa fra i 27 e i quarant'anni. Se la laurea è un elemento preferenziale, occorre invece rigorosamente essere in possesso almeno del diploma di maturità. Ancora meglio se il candidato vanta alle spalle già esperienze lavorative, nel settore bancario-finanziario in primis, ma anche in quello economico e tecnico».

Cercate allora venditori?

«Non necessariamente. Cerchiamo persone dotate di capacità imprenditoriale, che abbiano un'attitudine al commercio, alle pubbliche relazioni, e soprattutto che sappiano entrare da subito nell'ottica dei servizi offerti dalla banca, in prima battuta del conto corrente.

Coloro che hanno già frequentato la prima e la seconda edizione del master, nelle settimane passate, così come quelli che ora partecipano alla terza, hanno dovuto superare un test di ingresso, altamente selettivo, che si propone di valutare la propensione alla professione di consulente, considerando lo spirito di intraprendenza, ma anche la disponibilità ad un orario di lavoro flessibile».

Ripeterete questa prima esperienza anche l'anno prossimo?

«Certamente, visto il successo che l'iniziativa sta riscontrando. Con l'ultima edizione in atto arriveremo ad inserire circa 200 risorse, ma per il 2006 il master diventerà a tutti gli effetti il primo gradino del lungo percorso formativo che accompagnerà il consulente di Banca Mediolanum per tutta la sua carriera. Al termine viene rilasciato il certificato di partecipazione, con il codice di agente che consente di iniziare l'attività. L'idea di fondo è di creare una sorta di circolo virtuoso in modo che la new entry nasca, cresca e abbia successo all'interno della stessa banca».

Un'ultima domanda: se qualcuno fosse interessato a venire con voi cosa deve fare?

«Dal momento che siamo una banca "multicanale", chi vuole candidarsi per lavorare con noi, può scegliere diverse strade: contattare uno dei 600 nostri uffici presenti sul territorio nazionale oppure compilare il form presente sul sito www.bancamediolanum.it nella sezione "il Consulente Globale" alla voce "Collabora con noi"».

Il valore aggiunto è la cultura della consulenza e della preparazione, il business è solo una conseguenza

I manager fatti in casa sono la forza del Gruppo

Verso quali orizzonti sta andando il piano di sviluppo della rete dei consulenti di Banca Mediolanum? Lo abbiamo chiesto a Giovanni Marchetta che - raccolto il testimone da Massimo Doris passato alla guida di Fibanc, il circuito spagnolo della banca - è oggi il responsabile della rete italiana riportando a Vittorio Colussi, Banking Group Manager.

Giovanni Marchetta:
«La nostra banca è l'unica che continua a sfornare e a creare dall'interno professionisti e a fine anno i Consulenti raggiungeranno quota 5000»

In termini di crescita, rispetto ai vostri competitors, c'è una differenza di fondo, vero?

«Di certo va evidenziata una differenza sostanziale: mentre l'espansione degli altri istituti di credito si calcola considerando l'apertura di sportelli, ciò per noi si verifica quando vengono inserite nuove risorse grazie al ruolo svolto da un'apposita struttura incaricata della formazione dei promotori finanziari.

Tuttavia anche la nostra Banca ha in mente traguardi di espansione ben precisi. Basti pensare che se a ottobre 2005 abbiamo superato la soglia dei 4.800 consulenti, entro la fine dell'anno l'obiettivo è di raggiungere quota 5mila».

Il valore aggiunto di Banca Mediolanum sta allora nella cultura della consulenza?

«Esattamente. A riprova i manager di Banca Mediolanum, salvo rare eccezioni, vengono rigorosamente scelti all'interno del nostro gruppo societario. Del resto non è un caso se la nostra banca è l'unica che continua a sfornare e a creare dall'interno professionisti, mentre gli altri istituti riescono a raggiungere numeri analoghi in termini quantitativi ricorrendo ad acquisizioni societarie.

Ciò accade dal momento che in Banca Mediolanum vige la regola che innanzitutto conta la formazione, mentre il business è solo e soltanto una conseguenza.

Per la nostra campagna reclutamento noi cerchiamo prima di tutto uomini capaci, lo dimostra anche il master aziendale partito da qualche settimana che prende in considerazione sia il neo-laureato, sia chi può già vantare alle spalle un trascorso lavorativo».

L'idea quindi è di cercare il candidato ideale per l'azienda?

«Il master, così come altre iniziative sul fronte della formazione professionale, si propongono di rendere il singolo collaboratore più vicino all'innovativo modello di banca "multicanale" voluto da Banca Mediolanum. Il master, in particolare, si sforza di dare già un assaggio della funzionalità della nostra azienda.

Nella stessa direzione, se pur toccando un aspetto diverso, va la recente scelta di organizzare la rete in quattro Regioni in luogo di tre: vale a dire Nord-Est, Nord-Ovest, Centro e Sud. L'idea guida, consiste anche nel voler avvicinare il top manager al territorio e perciò ai suoi collaboratori e alle esigenze dei loro clienti, in modo che la rete dei consulenti sia sempre più presente sul territorio nazionale e al tempo stesso più flessibile».

Selezione e Reclutamento
tel. 02-90492778

Entra in Banca Mediolanum
Basta una telefonata
840 704 444
www.bancamediolanum.it

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