

BANCA
MEDIOLANUM
GRUPPO BANCARIO MEDIOLANUM

Nei rapporti con la banca protagonista è il cliente che ha il potere di decidere in autonomia le modalità e il momento in cui utilizzare i servizi bancari

Family Banker: l'evoluzione della consulenza

Il Consulente del Terzo Millennio si trasforma in banchiere in grado di soddisfare tutti i bisogni delle famiglie

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.

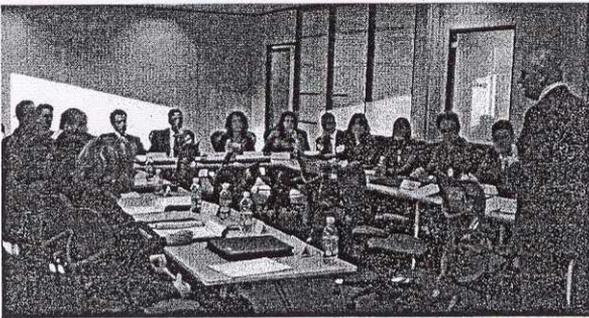
Nella banca del Terzo Millennio il rapporto tra istituzione e cliente ha conosciuto un'inversione di rotta: quest'ultimo è diventato il vero protagonista della relazione, il soggetto che ha il potere di decidere in autonomia il luogo, le modalità e il momento in cui servirsi della consulenza e dei servizi 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,

Il Family Banker è un "imprenditore" che decide quanto tempo e denaro investire, a cui in cambio viene offerta la possibilità di realizzare un'azienda personale

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 tecnologia le operazioni possono essere effettuate contattando anche dal proprio telefono cellulare il contact center, oppure tramite telexet 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 crearsi una "filiale virtuale", costruita intorno al suo portafoglio clienti mediante il modello multicanale messi 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



Un gruppo di Family Bankers durante un corso di aggiornamento

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"...

INFORMAZIONE A COSTO ZERO

Un SMS dà sicurezza ai tuoi risparmi

Un breve messaggio sul display del cellulare conferma che tutte le operazioni sono andate a buon fine

Conti Mediolanum - tutti gli sms	
SICUREZZA	Cambio codici Accesso allo sito Saldo e tagli prestabile dal cliente
CONTO CORRENTE	Saldo periodico
ACCREDITI	Accredito bonifico Accredito cedole Dtipt Accredito interessi Accredito polizza Accredito titoli Enrollment/Pension Versamento assegni Versamento contanti
ABBEDITI	Conferma eseguito Bonifico/Giroconto Emissione/Pagamento assegni Addebito/Stormo RID Prelievo ATM Pagamento POS Addebito mensile pedaggi se pagati con la tessera bancomat Ricarica Bancomat via bancomat Prelevi Bancomat gratuiti residuali Notifica eseguiti/non eseguiti di Borsa Trading
BANCOMAT	Operazione su capitale
TITOLI	

Immaginate di doversi recare in banca con l'afa che quest'estate accompagnava le giornate del mese di luglio. Stareste rinchiusi fra le pareti di casa, a godervi l'aria condizionata, ma purtroppo avete la necessità di richiedere un libretto assegni. Vi tocca così uscire per recarvi agli sportelli della vostra filiale, magari aspettando alla fermata dell'autobus sotto un sole caldissimo. Questa è la condizione che di solito si verifica con un conto corrente aperto presso un qualunque istituto di credito organizzato in modo tradizionale. Si potrebbe, in alternativa, optare per un conto consultabile solo via web, ma non tutti hanno la stessa dimestichezza a utilizzare il computer e a navigare in Internet. Con Banca Mediolanum, invece, basta una telefonata per entrare in banca e per far sì che il servizio di

stimenti o ancora la definizione di un piano pensionistico, il cliente può rivolgersi a uno degli oltre 5mila promotori finanziari della rete di vendita presso i Punti Mediolanum e gli uffici esistenti su tutto il territorio nazionale. Ma per le decisioni quotidiane più di routine, vale a dire bonifici, prelievi, ricariche telefoniche, informati-ve su saldi e bonifici, il correntista può operare da solo e con grande semplicità attraverso i "canali diretti", cioè il telefono, il telexet, l'accesso via Internet, in piena autonomia e 24 ore su 24. Con il valore aggiunto dell'sms alert Banca Mediolanum è poi sempre al fianco della sua clientela. Nell'architettura del modello di banca multicanale il servizio del breve messaggio sul cellulare non rappresenta un optional ma è incluso nel "pacchetto" di vantaggi

Il cliente viene informato su prelievi e versamenti, su bonifici in entrata e uscita, sull'accredito dello stipendio

messi a disposizione di tutti i correntisti. La sua ricezione, infatti, a differenza di ciò che viene offerto sul mercato, è totalmente gratuita per qualunque operazione effettuata sul conto corrente. L'sms alert, pertanto, risponde ad una duplice funzione, ovvero di comunicazione e al tempo stesso di sicurezza e protezione. Il messaggio riferisce al cliente i prelievi e i pagamenti con bancomat e carta di credito; avvisa dell'arrivo sul proprio conto corrente dello stipendio mensile o di un eventuale versamento a suo favore; dà notizia di bonifici in ingresso e conferma di quelli in uscita; e ancora può trattarsi di alert per il saldo periodico e di superamento saldo soglia; di notifica dell'accesso alla banca online; dell'accredito interessi sul c/c, polizze vita e titoli. Per ottenere l'operatività dei servizi sms basta una telefonata (o attraverso uno dei canali diretti) oppure si può ricorrere al proprio promotore finanziario. Alcuni messaggi, inoltre, vengono inviati in modo automatico (ad esempio per la richiesta di bonifico over 10mila euro e la notifica di aumento massimale bonifici) per garantire la massima sicurezza.

MASTER "GOLD"

In arrivo 250 new entry

Il corso formerà i nuovi family bankers - A fine ottobre debutterà la prima edizione

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 i testimonial del mondo del business e dello sport di fama internazionale che porteranno la loro esperienza come esempio di



Franco Cova Responsabile Sviluppo Rete di Banca Mediolanum



successo. A chiudere 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

Sono previsti interventi di testimonial del mondo del business e dello sport di fama internazionale

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.

BILANCI

In crescita nel primo semestre 2006 masse, correntisti e rete

L'impiego delle nuove tecnologie per garantire al cliente, in qualunque momento della giornata, l'accesso "multicanale" alla banca e la professionalità degli oltre 5mila consulenti globali della rete di vendita, rappresenta il punto di forza del gruppo Mediolanum. A riprova, il Gruppo guidato da Ennio Doris, attivo nel settore del risparmio gestito e in quello dei prodotti assicurativi e previdenziali, ha concluso il primo semestre del 2006 in modo nuovamente positivo con un utile netto pari a 106 milioni di euro. In crescita le masse amministrative che, con un incremento del 10% rispetto al 30 giugno del 2005, si sono attestate a 31.062 milioni di euro. Così come un consistente progresso hanno conosciuto sia la raccolta lorda che quella netta: la prima è pari a 4.225 milioni di euro e la seconda a 1.218 milioni di euro, rispettiva-

mente in salita del 47% e del 30%. Confrontando i risultati relativi allo stesso periodo del 2005 il Gruppo Mediolanum ha registrato un utile netto in calo dell'8% (mentre l'utile "ante imposte" è stato pari a 139 milioni di euro, in discesa del 6%). Ma va tenuto presente che il primo semestre dell'esercizio scorso aveva assistito a una ripresa dei mercati azionari, con la conseguente generazione di commissioni di performance del 72%, più elevate di quelle del 2005. Al netto delle commissioni di performance, l'utile "ante imposte" sarebbe cresciuto del 17% rispetto allo stesso semestre del 2005. Lo scenario complessivo, infatti, è decisamente di segno positivo. La raccolta lorda dell'asset management è stata pari a 1.647 milioni di euro, in crescita del 129%, e quella netta, per un totale di 902 milioni, è cresciuta del 24%. In particolare il rispar-

mio gestito ha visto un balzo del 40% raggiungendo i 793 milioni di euro. Visto il valore aggiunto della consulenza globale, Banca Mediolanum ha puntato sulle sue risorse: al 30 giugno 2006, l'organico della Rete di vendita, con 823 new entry, è arrivata a 5.658 Consulenti Globali (di cui 3.954 promotori finanziari). Ancora, il totale dei clienti primi intestatari supera gli 800mila, ossia 26.900 in più. In salita anche il numero dei conti correnti (+17%, per un totale di 424.676), con un incremento di 61.531 conti rispetto a giugno 2005. Passando al campo previdenziale i Premi Lordi Vita sono ammontati complessivamente a 1.580 milioni di euro (+24%), mentre la Nuova Produzione Vita è pari a 1.042 milioni di euro (+25%), con i premi pluriennali (+28%) a quota 102 milioni e i premi unici in crescita del 25% a

940 milioni di euro. L'embedded value - elaborato da Tillinghast-Towers Perrin, con riferimento alle attività del comparto Vita, dell'asset management, dell'attività bancaria e del business spagnolo - ha fatto registrare una crescita del 6%, da 2.807 milioni (riclassificato secondo i principi dell'European Embedded Value) a 2.974 milioni di euro. Il valore della nuova Produzione Vita, asset management e Banca è stato positivo per 151 milioni di euro, in crescita del 64% rispetto all'anno scorso. Con riferimento ai mercati esteri il risultato economico è pure migliorato del 53% (da -2,4 milioni a -1,5 milioni di euro). A dare un forte contributo all'utile consolidato è stata Fibanc, il network operativo in Spagna (1,9 milioni contro i 0,6 milioni di euro del 2005). Basti pensare che, in relazione al circuito iberi-

co, il valore di Embedded Value di Nuova Produzione nei primi mesi del 2006 è stato di 9 milioni di euro, vale a dire pari al valore dell'intero anno precedente. Le masse amministrative sono cresciute del 6% fermandosi a quota 2.968 milioni di euro.

Entra in Banca Mediolanum basta una telefonata
840.704.444
www.bancamediolanum.it

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

Selezione e reclutamento
840.700.700
www.familybanker.it