

Il cliente è il vero protagonista in banca e può utilizzare i servizi bancari in piena autonomia

Family Banker: il consulente del Terzo Millennio

L'evoluzione della consulenza fa del promotore un imprenditore che può decidere come e quando investire

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.

Comodi a casa, veloci in banca

Internet continua a guadagnare terreno, ma il telefono non perde il suo appeal. Banca Mediolanum, rivoluzionando il metodo di approccio alla clientela, ha reso possibile accedere ai servizi della banca 24 ore su 24, come e quando si desidera. Merito del ventaglio di strumenti di qualità ormai ben collaudato: dall'ingresso via Internet al telefono, al teletext e da oggi anche via SMS, che risponde ad una funzione di sicurezza e informa in maniera personalizzata il cliente riguardo ai principali eventi del suo conto corrente.

"Per il 2005 va evidenziata la sempre più marcata attitudine della nostra clientela ad entrare e operare in banca via web, una tipologia di contatti che rappresenta il 60% del totale", commenta Fiore Della Rosa, responsabile "Canali diretti" di Banca Mediolanum.

Il telefono, attirando il 30% dei contatti complessivi, si conferma un elemento chiave e indispensabile del modello della banca, sia per ciò che riguarda il risponditore automatico che il contatto diretto con l'operatore. In particolare, il risponditore automatico si dimostra un mezzo efficiente per soddisfare le svariate esigenze informative del cliente: dall'estratto conto alla situazione investimenti e titoli, dalla gestione dei codici segreti alla richiesta di assegni. Il contact center oggi può contare su uno staff di 260 persone - per le quali esiste un percorso di carriera fino ad arrivare alla qualifica di coordinatore e supervisione - che partecipano a una turnazione in modo da garantire sempre la copertura dal lunedì al venerdì per la fascia oraria che va dalle 8 alle 10 di sera (salvo per il sabato che il servizio è ridotto fino alle 12).

Quest'anno, si è verificato un fenomeno interessante. "Per la prima volta - prosegue il responsabile di Banca Mediolanum - l'andamento del traffico delle telefonate, distribuito su tutto l'arco temporale in cui è attivo il contact center, ha mostrato una concentrazione anche intorno alle 19".

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 tecnologia 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 ri-

spondere 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 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'involuzione, passando a Banca Mediolanum invece si può partecipare all'evoluzione della "specie".

**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 tel. 840 700 700
www.familybanker.it