

A disposizione della clientela di Banca Mediolanum un servizio dedicato gestito da specialisti Banking Center, un nome che fa la differenza

Gli operatori hanno più competenze di un addetto allo sportello in materia di servizi bancari, previdenza e investimenti

Un assicurato vuole controllare il valore della sua polizza, un investitore in Borsa ha bisogno di assistenza, il trading online e la compravendita titoli in tempo reale. Un cliente chiama per effettuare un bonifico bancario e una ricarica sul cellulare, un altro chiede informazioni sul saldo e su alcuni pagamenti. A tutti risponde, ogni giorno ferialmente la settimana, dalle otto di mattina alle dieci di sera, sabato mattina compreso, il Banking Center di Banca Mediolanum. Banking Center e non Call Center. È la differenza non sta solo nel nome, ma è sostanziale: la particolare denominazione ne sottolinea appunto la profonda differenza. Perché se con il termine Call Center si intende generalmente un centralino aziendale composto da addetti poco specializzati, spesso al primo impiego o con un contratto precario, senza una formazione specifica per le mansioni svolte, e in grado di fornire un servizio di scarso profilo e a basso valore aggiunto all'interlocutore che chiama, il Banking Center di Mediolanum rappresenta l'esatto contrario. Composto da circa 350 operatori specializzati, e per questo ribattezzati Banking specialist, tutti dipendenti della banca e formati all'interno, con un training specifico, appostamente studiato per soddisfare tutte le possibili esigenze della clientela. L'operatore del Banking Center ha, in pratica, non solo tutte le competenze e le funzioni di un addetto allo sportello bancario, ma molte altre in più, dato che è in grado di gestire i normali servizi bancari, come bonifici e transa-



Antonio Maria Penna, amministratore delegato di Banca Mediolanum

zioni alle operazioni di investimento, dalle sottoscrizioni di polizze assicurative alle richieste d'informazioni, dalle operazioni di pagamento alle compravendite titoli in Borsa. A differenza di un tradizionale operatore allo sportello, quindi, ha competenze che vanno dal risparmio alla previdenza, dai servizi bancari ai vari settori d'investimento. «La qualità del servizio alla clientela», osserva Antonio Maria Penna, amministratore delegato di Banca Mediolanum - è sempre stato un elemento fondamentale della nostra attività. Per fare un esempio, siamo stati il primo istituto bancario in Italia ad attivare un Numero Verde, già nel lontano 1988. Per diversi anni siamo stati gli unici a offrire questo servizio, per quei tempi davvero innovativo. Da allora lo sviluppo dei nostri servizi ha sempre seguito da vicino l'evoluzione tecnologica, per portare la banca a casa del cliente attraverso il telefono, e poi, via via, il telex, internet, la TV via digitale terrestre, sino allo smart phone».

Il modello organizzativo e di sviluppo di Banca Mediolanum, del resto, si è sempre fondato su due pilastri: il rapporto umano e l'innovazione tecnologica. Un binomio che si riflette in ogni ambito di attività della banca, dove l'uso delle tecnologie mette a disposizione del cliente tutti gli strumenti per operare come e quando vuole, nel modo più semplice e accessibile possibile, e quando c'è bisogno di assistenza o di una consulenza entra in gioco il Family Banker, che può raggiungere di persona il cliente direttamente a casa sua, o il Banking specialist, pronto a rispondere alle chiamate nel giro di pochi secondi. Che la qualità del servizio sia un obiettivo centrato lo confermano i dati e le analisi sulla "Customer satisfaction": il Banking Center risponde entro 20 secondi per il 97% delle chiamate, a fronte di una media di mercato che si ferma all'80% del totale, mentre per la fascia dei migliori clienti i tempi di risposta si riducono entro i 15 secondi nel 98% dei casi. «La tendenza in atto - rileva l'amministratore delegato di Banca Mediolanum - evidenzia che il cliente si sta sempre più abituando a fare per conto proprio le operazioni più semplici, attraverso l'accesso diretto alla banca tramite i diversi strumenti tecnologici, mentre per quelle più complesse o per qualsiasi altra necessità si rivolge al suo Family Banker. Per questo concludo Penna - forniamo tutte le condizioni per un servizio funzionale, facile da utilizzare e in linea con le esigenze della clientela. E proprio per questo, si chiama Banking Center.

La Carta dei valori del Gruppo consultabile anche online All'esordio il primo Bilancio Sociale

Una novità assoluta che rappresenta la cultura d'impresa e l'impegno della Fondazione dalla solidarietà alla cultura

I valori aziendali, l'importanza delle persone e delle risorse umane, la cultura d'impresa. La qualità dei servizi e delle relazioni con la clientela, l'attenzione alla sicurezza e all'ambiente, le attività e l'impegno nel campo del sociale e della solidarietà. Con dati, resoconti e tabelle, raccolti in 170 pagine, suddivise in capitoli che vanno dall'identità aziendale agli indicatori economici e socio-

ambientali, a Progetti e iniziative in fase di sviluppo. E con paragrafi e sezioni dedicati a "Qualità e responsabilità sociale" e "Crescita della persona", "Codice etico" e "Relazioni azienda-dipendenti", ma anche "Impatti ambientali nei trasporti" e il "Capitale sociale". C'è tutto questo e molto altro ancora nella prima edizione del Bilancio Sociale del Gruppo Mediolanum. Sulla carta,

una novità assoluta. Nel merito, il confronto dei risultati di anni di lavoro. Un rapporto dettagliato, disponibile in consultazione anche presso tutti i Punti Mediolanum e sul sito web aziendale (www.mediolanum.it), per dare visibilità alle svariate attività realizzate all'interno del Gruppo, monitorare lo stato di salute etico dell'azienda, descriverne i trend e i percorsi in atto. E per far capire ancora meglio, con uno strumento articolato ma di facile consultazione, che in un Gruppo come Mediolanum, oltre ai servizi finanziari e alle tecnologie innovative, a nuove strategie di mercato e ai servizi di qualità alla clientela, oltre a capitali, risparmi e investimenti, c'è molto altro ancora. «L'importanza di una parte è dedicata in particolare alla Fondazione Mediolanum, istituzione privata creata nel 2002 e rivolta a promuovere attività e iniziative nel campo del sociale, dell'assistenza e della solidarietà, della ricerca e della cultura. Tra questi, l'iniziativa denominata "Il Faro", un centro di formazione gratuita già avviato da diversi anni, dove immigrati extracomunitari in regola con il permesso di soggiorno possono imparare mestieri e specializzarsi in attività artigianali. C'è poi, tra gli altri possibili esempi, il Centro di accoglienza di Nairobi, in Kenya,



Sara Doris, responsabile degli Asset intangibili del Gruppo Mediolanum

con tutti gli stakeholder, in particolare di interessi coinvolti a vario titolo nelle attività d'impresa, descrivendo l'impatto che queste attività hanno nei loro confronti, nell'ottica e secondo il principio di fare business portando vantaggi e creando valore per tutte le controparti interessate. Tra i vari temi e capitoli, una parte è dedicata in particolare alla Fondazione Mediolanum, istituzione privata creata nel 2002 e rivolta a promuovere attività e iniziative nel campo del sociale, dell'assistenza e della solidarietà, della ricerca e della cultura. Tra questi, l'iniziativa denominata "Il Faro", un centro di formazione gratuita già avviato da diversi anni, dove immigrati extracomunitari in regola con il permesso di soggiorno possono imparare mestieri e specializzarsi in attività artigianali. C'è poi, tra gli altri possibili esempi, il Centro di accoglienza di Nairobi, in Kenya,

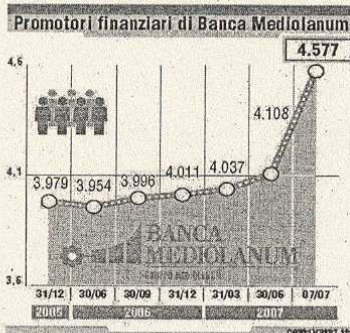
inaugurato nel dicembre scorso, che offre ospitalità e assistenza per 40 bambini disagiati o con problemi familiari e mette a disposizione anche una scuola di formazione dedicata ai formatori, per creare sul posto personale preparato ad affrontare le problematiche sociali delle popolazioni locali. Un'iniziativa alla quale è dedicata anche la trasmissione "Piccolo Fratello" in onda su Mediolanum Channel. «La Fondazione Mediolanum - sottolinea Sara Doris - porta avanti diversi progetti in svariati settori, ma intendiamo concentrarci in particolare sul settore dell'infanzia e su iniziative di solidarietà a favore dei bambini, continuando comunque il nostro impegno in iniziative già avviate anche nell'ambito della ricerca, della cultura o della lotta al disagio sociale».



Formazione gestita "in house" ma arricchita dal contributo di docenti delle principali università

Hai deciso di fare il promotore? L'unica scuola è Banca Mediolanum

All'ultimo esame di Stato promosso il 73% dei candidati formati dall'Istituto, a fronte di una media generale del 27,6%



ra di resistere e sviluppare l'attività, affrontando la professione in un momento così complicato. Il tragico evento delle Torri Gemelle, per certi versi, è stato il punto di svolta che ha evidenziato la differenza tra la rete di Banca Mediolanum e le altre: «A poche ore dall'attacco al World Trade Center - ricorda la nota - sulla TV Aziendale, canale dedi-

cato alla rete, è andata in onda un'intervista del presidente Ennio Doris a supporto dei nostri agenti. Quell'iniziativa, mirata a dare indicazioni su come gestire il rapporto con i clienti e il futuro dei loro investimenti, ha trasmesso alla nostra rete (e quindi, indirettamente ai clienti) un senso di protezione, fornendo indicazioni precise per tranquillizzare

ed evitare il panic-selling. In quel frangente abbiamo perso pochissimi clienti: anzi, chi ha seguito i nostri consigli è oggi un risparmiatore soddisfatto dalla strategia suggerita dai nostri consulenti. Dopo la gestione della crisi, lo step successivo è stata la nascita del Family Banker dell'inizio 2005: una data che segna la trasformazione di Banca Mediolanum in istituzione a servizio del risparmiatore grazie a una nuova figura caratterizzata da maggiore professionalità rispetto al classico promotore finanziario. Maggiore professionalità impone anche una diversa preparazione, visto che «la formazione - osserva Cova - è il primo passo per creare un professionista di successo». Il percorso di addestramento del Family Banker parte sin dai primi passi messi in Banca Mediolanum: prima di venire a seguire un Master presso la sede di Mediolanum, all'aspirante Family Banker viene chiesta una serie di passaggi formativi (in parte autodidattici e in parte affiancati dal suo futuro supervisore) che lo preparano, senza che la fase forma-

tiva vera e propria sia ancora iniziata, su tutti gli aspetti normativi inerenti alla professione. La fase successiva è quella del master, che prevede cinque giornate di formazione su materie prettamente bancarie e finanziarie. Il master è l'inizio di un percorso formativo di durata annuale che porta l'aspirante Family Banker a superare prima l'esame scritto e poi quello orale da promotore, per diventare nell'arco di dodici mesi un consulente a 360 gradi. I qualificati contributi di docenti esterni nella preparazione all'esame da promotore si sposano al totale coinvolgimento del Gruppo, «che - sottolinea Cova - è coinvolto in pieno nei processi formativi, grazie a una perfetta sintonia tra l'attività in aula e l'assistenza del management di tutte le linee nella partecipazione ai corsi. E per il futuro? Gli obiettivi sono tre: «Far crescere ancora di più la rete, migliorare la professionalità degli uomini e preparare - anticipa Cova - un nuovo sviluppo, che non possa ancora rivelare, assolutamente impensabile della nostra struttura di formazione».

Strumenti: arriva il "personal profiling"

Un kit che serve a identificare il profilo del cliente ed è in grado di orientare la gestione del risparmio

Tutte le banche ormai fanno lo screening ai propri clienti/investitori grazie alla profilatura, ossia la descrizione della propensione individuale ad investire. Una documentazione - da aggiornare periodicamente - che istituti bancari e operatori finanziari sono tenuti a predisporre e conservare, come prevede la legge. Ma c'è profilatura e profilatura. Solitamente, le banche ottengono informazioni sui comportamenti e le attitudini individuali con l'invio al domicilio dei clienti di moduli pre-stampati, che possono anche essere compilati in filiale al momento dell'accesso di un nuovo conto corrente o alla prima occasione di incontro con il proprio funzionario di riferimento. In questo modo, tuttavia, l'operazione si risolve spesso nel mero disbrigo di procedure standardizzate. Banca Mediolanum, che da sempre ha come missione la consulenza, ha deciso di

dare un approccio individualizzato a questa attività, grazie al «personal profiling». Se le esigenze normative hanno fornito lo spunto, la Banca è andata oltre, cogliendo l'opportunità per conoscere meglio la propria clientela. In concreto, il personal profiling è un kit a disposizione del Family Banker che serve a identificare il profilo di ciascun investitore. Comprende un questionario con otto domande a risposta multipla, una tabella per l'attribuzione del profilo (conservatore, equilibrato e intraprendente) a seconda del punteggio assegnato ad ogni risposta, una brochure che richiama le principali regole per investire. La brochure, caratterizzata da una grafica semplice e di facile comprensione anche per i clienti meno esperti, consente di identificarsi con alcuni profili tipo (il dirigente, l'impiiegato, il manager in carriera, il pensionato) utilizzando il metodo del «socio». Tre sono

i grandi temi affrontati: la definizione della tipologia dell'investitore, le cinque regole basilari sulla diversificazione (le cosiddette «5 D») e l'orizzonte temporale. Il profilo del cliente e la sua verifica e aggiornamento sono basati sulla base dell'attività di consulenza di Banca Mediolanum. Il questionario serve infatti a individuare le caratteristiche dell'investitore e i suoi obiettivi, consentendo di monitorare l'adeguatezza della strategia di investimento con quanto indicato dal cliente in termini di aspettative, orizzonte temporale, propensione al rischio, quota investita su risparmio totale e frequenza degli investimenti. Una conformità che il Family Banker può verificare in tempo reale, senza circoscrivere la libertà d'azione del cliente. Che, se vuole, può infatti scegliere un prodotto d'investimento abbastanza o molto difforme dal proprio profilo. In generale, il cliente può modificare il proprio profilo in ogni momento, attraverso il Banking Center di Mediolanum o Internet.

Missione Haiti per Piccolo Fratello



Dopo l'esperienza in Africa, dove Piccolo Fratello ha realizzato una casa famiglia a Nairobi per 40 bambini di strada, l'iniziativa di solidarietà promossa da Fondazione Mediolanum e Banca Mediolanum punta sull'istruzione. Il prossimo obiettivo è aprire quattro scuole di strada in tre anni - Port au Prince, capitale di Haiti. L'iniziativa, condotta in collaborazione con la Fondazione Francesca Rava, si

propone di offrire a 1.800 bambini la possibilità di studiare ma anche un luogo dove crescere insieme. Per garantire l'autofinanziamento delle scuole e allo stesso tempo integrare i ragazzi nella società, si è scelto di coinvolgerli in micro-imprese: in questo

modo si darà loro un'occupazione in grado di generare risorse per sostenere le loro famiglie e le scuole stesse. Il primo progetto prevede l'acquisto di un camion destinato alla distribuzione dell'acqua (ad Haiti non ci sono acquedotti e anche l'energia elettrica è

fornita in modo salutarissimo). Un mese di scuola per un bambino haitiano costa appena 15 euro. Chi vuole può effettuare una donazione al conto/corrente 860000 ABI 03062 CAB 34210 intestato a Fondazione Francesca Rava N.P.H. Italia causale Piccolo Fratello Haiti. L'andamento del progetto sarà seguito dalla trasmissione «Piccolo Fratello» su Mediolanum Channel a partire da ottobre 2007 e sul sito www.piccolofratello.it



Entra in Banca Mediolanum basta una telefonata

840-704-444

www.bancamediolanum.it

Selezione e Reclutamento tel. 840-700-700 www.familybanker.it

Notizie Mediolanum a cura di Roberto Scipio roberto.scipio@mediolanum.it