

Cambi ai vertici dell'organigramma per far fronte all'incremento delle adesioni (4000 nuovi clienti al mese)
Il "fattore U" conquista i risparmiatori

Ennio Doris: "Il successo del Conto corrente Reflex dovuto soprattutto ai nostri Consulenti"

Sul mercato da soli quattro mesi e i risultati non si sono fatti aspettare. Sono il conto corrente Reflex e la carta di credito Reflexcard, 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.

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 conoscenza. 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 differen-

E' STATO NOMINATO AMMINISTRATORE DELEGATO DI FIBANC

In Spagna 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 com-

merciale 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 esperienze 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. Fautore 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 multinazionalità, 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 fon-

damentale 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 trecentosessantat 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".



Massimo Doris

'PREMIATI' GIOVANI MANAGER CHE HANNO DIMOSTRATO DI SAPERE REALIZZARE LE POLITICHE DELL'AZIENDA'

Potenziata la struttura della rete di vendita

Vittorio Colussi col suo incarico di banking group - ovvero manager a capo di tutte le reti del Gruppo Mediolanum - è da settembre 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 Garmut. A lui si rifanno anche i modelli di banca multicanale operanti 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 di vendita è la stessa, in quanto non cambia il modo di rapportarsi fra il Centro e le nuove strutture: lo dimostra il fatto che i 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 sia a livello locale. Si tratta di Stefano Volpato che ora è alla guida dell'area Nord Est, ossia Emilia Romagna e Friuli, mentre Oliviero Giovia 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'area a più capillare è stata spezzata in due grandi zone. Nel Sud arriva Salvo La Porta che, dopo essersi



Nell'immagine viene riportata la nuova divisione territoriale della struttura della rete italiana di Banca Mediolanum che fa capo al nuovo Italian Network Manager Vittorio Colussi. A Colussi fanno inoltre riferimento: Claudio Fontanini (Friuli Estero), Paolo Suriano (Mediolanum Private Banking), Giuseppe Mazzeilli (Mediolanum Comunicazione S.p.A.), Franco Cova (Sviluppo Rete), Luciano Arcolini (Interazione Rete Clienti), Paolo Malinvi (Career & Compensation), Loris Malagoli (Pianificazione Commerciale), Piero Fattori (Rete Multi) e Prospero Grandinetti (Sviluppo Strategico Rete). Su tutti, Valerio Baldini è il Direttore Generale delle Reti.

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 manager 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 di 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.

BANCA MEDIOLANUM CONTINUA A CREARE ALL'INTERNO I SUOI MANAGER

Marchetta: "Capacità e professionalità sono la nostra forza"

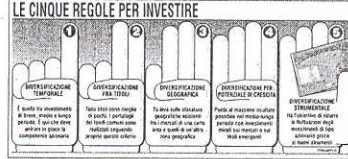
Tipico esempio di crescita manageriale realizzata anche all'estero è rappresentato dal profilo professionale di Giovanni Marchetta. Da responsabile dell'area Sud di Banca Mediolanum diventa, prima, protagonista della fase di start up e sviluppo di Fibanc in Spagna, per poi guidare le reti estere, e ora 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 Reflex e le relative attività collaterali, hanno rinvigorito l'entusiasmo e la voglia di fare dei consu-

Forti 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.

Come diversificare gli investimenti con la strategia delle "5D"

Come evitare delusioni ed errori nell'amministrare i propri risparmi? Abbandonando qualsiasi forma di gestione "fa 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. 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 rifa a quello che in gergo finanziario viene chiamato il classico "giardinaggio", 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 pre-



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 profes-

Piccolo Fratello advertisement. Includes text: '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 accogliente a 40 bambini di strada di Nairobi.', 'www.bancamediolanum.it', '840-704-444'.