PUBBLICITÀ

BANCA MEDIOLANUM
GRUPPO BANCARIO MEDIOLANUM

Family Banker: dare valore all'esperienza bancaria

Stefano Volpato direttore commerciale di Banca Mediolanum ci racconta un sistema in continua evoluzione dove a vincere è il cliente. "parliamo di quelle figure del settore bancario tradizionale, direttori di banca, private banker, che vogliono diventare per il cliente il professionista di riferimento a cui affidare tutte le esigenze bancarie, finanziarie e previdenziali"

Un mercato che nonostante la crisi presenta ampi margini di crescita. Un sistema, quello bancario, che sta vivendo una rapida evoluzione in termine di servizi e strumenti offerti e un'attenzione a 360 gradi nei confronti dei propri clienti.
E come obiettivo un progetto ambizioso: diventare la prima banca retail italiana. È in questo contesto che Banca Mediolanum prosegue senza sosta la campagna di reclutamento di quella che è diventata la figura identificativa del proprio modello di fare banca: il Family banker, il punto di riferimento per tutti i clienti, colui che porta la banca a casa dei correntisti e che offre assistenza in ogni momento e per ogni necessità. Una figura specializzata nella pianificazione finanziaria in grado di comprendere, partendo dalle disponibilità e dalle esigenze di una famiglia, le necessità e il modo migliore per impiegarne i risparmi.
In un contesto evolutivo come quello in cui oggi si trova il mondo del risparmio le occasioni da cogliere di certo non mancano. Il mercato presenta, infatti, enormi potenzialità di sviluppo e l'offerta crescente di prodotti finanziari implica l'esigenza di figure che sappiano indirizzare correttamente i risparmiatori indicando loro la scelta giusta.

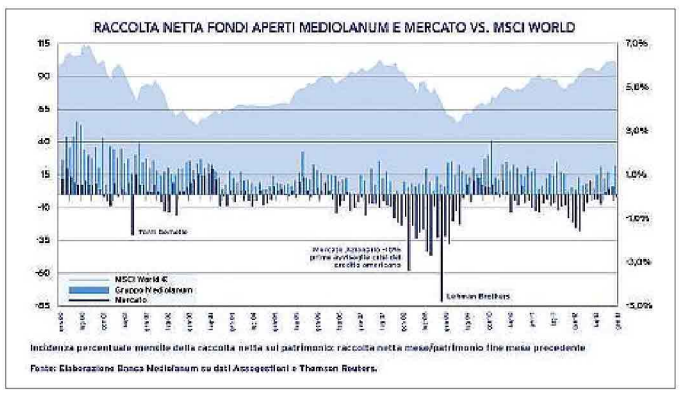
"Possiamo definire il Family Banker un professionista di nuova generazione che ha la preparazione e la competenza di un direttore di banca ma anche quelle di un professionista dell'investimento perché si occupa di tutti i servizi bancari tradizionali: valuta insieme al cliente il conto corrente più idoneo, le carte di credito, il mutuo più conveniente, il fido più adeguato. A questo campo di azione prettamente bancario si somma un'altra area di competenza ad alto valore aggiunto: la pianificazione finanziaria e la consulenza del portafogli dei propri clienti."

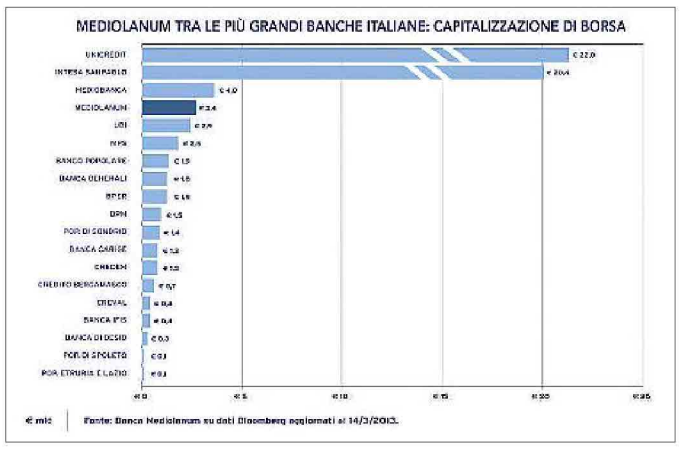
È il momento di spingere sull'acceleratore avvalendosi di una squadra di professionisti per sfidare questo mercato?
"Siamo nella condizione di poter diventare la prima banca retail italiana", afferma Stefano Volpato, direttore commerciale di Banca Mediolanum. "Nonostante la situazione impegnativa in cui versa l'economia del Paese è necessario ricordare che gli italiani sono un popolo di risparmiatori. È vero che nei momenti di crisi come quello che stiamo attraversando si preferisce ridurre le proprie spese, però è altrettanto vero che al contempo aumenta la propensione al risparmio delle famiglie. Ecco perché sono fortemente convinto che davanti a noi ci sia un mercato straordinario. Un mercato che non aspetta altro che di confrontarsi con qualcuno che sia in grado di interloquire in maniera qualificata. L'Italia, inoltre, da sempre presenta una prerogativa che la contraddistingue dal resto dei Paesi europei e questa prerogativa sta nella sua spiccata propensione al risparmio. Tuttavia, c'e' un problema, la scarsa conoscenza degli strumenti finanziari.

Servono quindi nuove figure che recepiscano e facciano proprie le esigenze di una clientela in continua crescita. Qual è l'identikit del professionista che cercate?
La nostra offerta si rivolge a tutte quelle figure del settore bancario tradizionale, vale a dire direttori di banca, private banker e addetti allo sviluppo della clientela privata che siano alla ricerca di una dimensione proficua per se stessi e per i propri clienti. Il ruolo a cui tendiamo rappresenta la sintesi tra la preparazione del direttore di banca con quella di un professionista dedicato alle esigenze di investimento della clientela. Questa figura professionale andrà ad operare all'interno di una struttura solida e che affianca alla tradizionale attività bancaria la consulenza e la pianificazione finanziaria.

A quali traguardi vi ha portato il vostro modello?
Banca Mediolanum, a soli 15 anni dalla sua nascita, ha tagliato un traguardo ambizioso posizionandosi al quarto posto nel panorama bancario nazionale in termini di capitalizzazione. Questo risultato è stato possibile perché il nostro è un modello che coniuga modernità ed efficienza che a loro volta si traducono in un vantaggio competitivo a beneficio del cliente. Ci basiamo infatti su una struttura snella ed efficiente che ha consentito nel tempo una riduzione dei costi.

Qual è la strategia per contenere i costi?
Senza dubbio la decisione di affidarsi alla tecnologia, anticipando nei tempi i principali competitor, ha rappresentato un fattore di forza. Lo stesso vale per il fatto di non possedere sportelli veri e propri. Queste decisioni si sono rivelate vincenti perché hanno consentito alla banca di dotarsi di una struttura più snella, soprattutto in termini di costi, e al cliente di operare a tutto campo in base alle proprie necessità ed esigenze. Con la multicanalità l'accesso ai servizi online o attraverso il telefono è libero da orari e luoghi, il che si traduce in un enorme vantaggio in termini di qualità e servizio. Siamo in grado di offrire un modello molto più flessibile rispetto al canale tradizionale spesso criticato per inefficienza allo sportello. In questo modo Banca Mediolanum riesce a fornire un servizio qualitativamente eccellente e al tempo stesso a garantire condizioni che i competitor, a causa di strutture più complesse e costi più elevati, non riescono ad offrire.





È questo il punto di forza di Banca Mediolanum?
Senza dubbio. Bisogna considerare che la nostra struttura è quella di una banca retail: ad oggi questa scelta, ovvero il fatto di esserci specializzati sui risparmi del singolo cliente e nella gestione del servizio bancario, ci ha premiato molto. Inoltre, questo modello ci ha consentito di evitare una serie di problematiche, pensiamo soltanto alle sofferenze bancarie, che hanno affossato negli ultimi anni gran parte degli istituti di credito internazionali. Tutti questi fattori hanno consentito di trasferire ogni singolo vantaggio sui clienti.
Del resto, nell'attuale panorama generale, la qualità e il livello del servizio alla clientela rappresentano sempre più i fattori distintivi, che fanno davvero la differenza tra una banca e l'altra.

In che modo la riduzione dei costi e la qualità del servizio si traducono in vantaggi per il cliente?
In un periodo come questo il focus del cliente è concentrato proprio su questi due aspetti: vuole un servizio eccellente e a costi estremamente contenuti. Questa è la sfida che noi intendiamo vincere.

Cosa significa fornire un servizio di qualità in Banca Mediolanum?
La qualità nasce sempre da un binomio: competenza e tempo di relazione. Il Family Banker riesce a creare valore perché possiede queste due dimensioni. Possiede tutte le competenze necessarie grazie a un percorso di formazione eccellente e, inoltre, non avendo incombenze di tipo amministrativo, può dedicare tutto il suo tempo alla relazione col cliente.
Questo significa comprenderne i bisogni, i profili di rischio, generare aspettative corrette. Prendere possesso di tutte quelle variabili che sono in grado di fare la differenza in termini qualitativi.

Che ruolo svolge il Family Banker?
Possiamo definire il Family Banker un professionista di nuova generazione che ha la preparazione e la competenza di un direttore di banca ma anche quelle di un professionista dell'investimento perché si occupa di tutti i servizi bancari tradizionali: valuta insieme al cliente il conto corrente più idoneo, le carte di credito, il mutuo più conveniente, il fido più adeguato.
A questo campo di azione prettamente bancario si somma un'altra area di competenza ad alto valore aggiunto: la pianificazione finanziaria e la consulenza del portafogli dei propri clienti.
In sostanza la figura del Family Banker riunisce in sé le caratteristiche migliori dei due modi di fare banca: mette insieme il meglio del modello di banca moderna, che è libertà, autonomia nell'operatività ordinaria, e il meglio di quello tradizionale, che è relazione personale tra banca e cliente, rapporto umano di fiducia costruito sulla conoscenza reciproca.

Qual è il vantaggio per chi decide di intraprendere questo percorso?
Il primo vantaggio per chi intraprende questa professione sta nell'andare ad operare in una realtà che pone il cliente al centro del proprio lavoro. Si opera mossi esclusivamente dall'interesse nei confronti del cliente e rafforzando la relazione personale con quest'ultimo.

Possiamo dire che il Family Banker trasforma la propria esperienza in valore economico?
Esattamente, nel mondo bancario tradizionale esistono figure di assoluto rilievo che in anni di lavoro hanno costruito un patrimonio di esperienza e relazioni. A loro ci rivolgiamo con un progetto economico che valorizza questo loro patrimonio personale.

Il successo del vostro modello è dimostrato anche dai numeri?
In effetti i numeri lo dimostrano: Banca Mediolanum ha chiuso lo scorso mese di dicembre con un record storico nella raccolta netta di Fondi: 412 milioni di euro per un totale di circa 2,3 miliardi di euro nell'intero 2012. La crescita delle masse gestite e amministrate è stata costante anche in periodi in cui le altre realtà finanziarie hanno registrato momenti di flessione.
Questo anche grazie all'ampia gamma di soluzioni e prodotti che la Banca è in grado di offrire.

E il 2013?
Nei mesi di gennaio e febbraio la raccolta netta totale di Banca Mediolanum è stata di 524 milioni di euro. Un'ulteriore conferma che siamo sulla strada giusta per vincere a nostra grande sfida: diventare la prima banca retail italiana.

facebook.com/bancamediolanum
twitter.com/bancamediolanum
twitter.com/MedEventi
youtube.com/bancamediolanum

Questa è una pagina di informazione aziendale con finalità promozionali.
Il suo contenuto non rappresenta una forma di consulenza nè un suggerimento per investimenti