

# La mente di Mediolanum

## il cuore del promotore

Informazione pubblicitaria

**E' questa la sintesi del successo della Rete.**

**Il Consulente Globale, infatti, non rappresenta soltanto un singolo segmento di attività, ma il core business della Banca che ha fatto della formazione professionale un punto di forza e una garanzia per il risparmiatore**

quelle con i livelli di turn over più bassi. Anche per il 2005 perciò la "ricetta" vincente resterà la stessa.

**Massimo Doris** (nella foto), Italian Network Manager di Banca Mediolanum, spiega le ragioni e i segreti di tanto successo.

**Che cosa significa svolgere oggi la professione di promotore finanziario? E qual è il valore aggiunto che contraddistingue la rete di Banca Mediolanum?**

Tra la fine degli anni Novanta e il nuovo millennio - quando con il boom economico e della Borsa il risparmiatore riusciva anche da solo ad ottenere buone performance grazie al trading online, attività da noi sempre sconsigliata ai nostri clienti - la figura professionale del promotore, paradossalmente, costituiva quasi un mito. Lo dimostra il fatto che nel 2000 erano a quota 12mila le domande per sostenere la prova scritta e orale dell'esame di abilitazione da promotore per poi iscriversi all'Albo professionale. A distanza di soli quattro anni, nel 2004, invece, il numero degli aspiranti promotori ha registrato una consistente battuta d'arresto: si è scesi a circa 1.200. Questo calo dell'offerta a fronte di una forte domanda ha giocato però a nostro favore: ci ha permesso di evidenziare maggiormente la qualità della nostra formazione professionale, in un momento in cui il risparmiatore, dopo il protrarsi della congiuntura finanziaria negativa, ha avuto e ha senz'altro più bisogno di una guida che lo segua, passo dopo passo, nelle scelte di gestione del suo portafoglio, tenendo conto di personali ed esclusive esigenze di investimento, di breve e lungo periodo. Il valore aggiunto di Banca Mediolanum rispetto agli altri istituti di credito sta in questo: la rete dei promotori non rappresenta un singolo segmento delle attività, ma il core business dell'azienda. Banca Mediolanum è il promotore finanziario.

**Per diventare un professionista del risparmio, quanto conta un percorso formativo che metta a**



**disposizione una pluralità di strumenti e supporti?**

Occorre innanzitutto sfatare un pregiudizio. Per svolgere al meglio il mestiere di promotore non basta conoscere a fondo la gamma di prodotti della società di appartenenza. Fondamentale è che il professionista impari a gestire il cliente anche sotto il profilo emotivo. Il che non è cosa semplice. Un'intuizione che è diventata il punto di forza di Banca Mediolanum. Che si è tradotta nel garantire alle sue risorse un iter formativo e supporti anche dal punto di vista psicologico.

**In questo sta il plus della formazione "marchiata" Mediolanum?**

Fornire gli strumenti di stampo tecnico psicologico ha rappresentato uno step importante. Ma la vera carta vincente è stata quella della multimedialità della comunicazione all'interno dell'azienda. Grazie ad un ampio ricorso alle nuove tecnologie abbiamo reso possibile un flusso costante di informazioni dal vertice alla base. In particolare l'operazione è riuscita tramite l'istituzione e col tempo il potenziamento di due canali comunicativi: la televisione aziendale e i corsi via web. Il palinsesto settimanale della tv prevede infatti sei trasmissioni specialistiche per un totale di circa 250 minuti di messa in

onda. Alla tv va aggiunta una buona dose di formazione sul campo e, inoltre, la nostra preziosa rete Intranet che è stata pensata "a misura" di consulente. Non manca tuttavia l'aggiornamento impartito con le modalità più tradizionali, ossia con lezioni in aula (oltre 40mila ore all'anno).

**Che differenza c'è tra promotore finanziario e consulente globale?**

La volontà di creare una banca in grado di soddisfare a trecentosessantasei gradi le esigenze della clientela - da tutti i servizi bancari e finanziari a quelli di tipo assicurativo - ha reso necessaria una formula più innovativa e completa del percorso formativo dei promotori. Del resto questo è il messaggio contenuto nel nostro slogan pubblicitario che, immaginando di parlare ad un potenziale cliente, informa che Banca Mediolanum è "La banca costruita intorno a lui". Per realizzare questo ambizioso progetto si è messa così in piedi una struttura complessa che offrisse sul mercato tutte le diverse tipologie di prodotti e, parallelamente, si è pensato a una figura professionale nuova che sintetizzasse l'intera gamma di competenze, il Consulente Globale appunto. Oggi la nostra rete di vendita conta quasi 5mila consulenti globali.

**Quali sono i requisiti per entrare a far parte della famiglia Mediolanum?**

Non è indispensabile, ma è preferibile avere il titolo di laurea; è comunque sufficiente aver conseguito un diploma di scuola media superiore necessario per poter accedere all'esame di Stato. In fase di reclutamento il target da noi privilegiato va dai 35 ai 45 anni: preferiamo infatti ai neo-laureati persone che abbiamo già alle spalle esperienze lavorative e pertanto siano più motivate e abbiano già una buona rete di conoscenze.

Servizio clienti  
 CHIAMATA GRATUITA  
**NUMERO VERDE**  
**800.107.107**  
 www.bancamediolanum.it

Selezione e Reclutamento  
 tel. 02-90492778

Notizie Mediolanum a cura di  
 Roberto Scippa - e-mail: roberto.scippa@mediolanum.it

**La centralità riservata** da sempre ai rapporti tra azienda e rete di vendita dei promotori finanziari rappresenta il "Dna", la vera essenza di Banca Mediolanum. E' proprio grazie a questa "centralità" che il Gruppo ha chiuso un altro anno con esito assai positivo, in termini di raccolta netta ma non solo. La ricerca indipendente "PF Monitor", a cura di Allaxia e GPF&A e relativa al 2004, ha infatti attribuito a Banca Mediolanum una serie di primati. L'istituto, rispetto ai competitors, si è piazzato in cima alla classifica per il grado di soddisfazione dei suoi uomini; per i supporti forniti in tema di comunicazione e marketing; per la frequenza e la qualità dell'interazione con la società; per lo sviluppo professionale e gli aspetti formativi dei consulenti. Accanto a questa indagine qualitativa, numeri alla mano, la seconda edizione della ricerca realizzata da Banca Imi - fotografando il mondo delle reti nel periodo gennaio-agosto 2004 e costruita sulla base dei dati ufficiali tenuti dalla Consob e relativi all'Albo di categoria - ha rivelato che Banca Mediolanum è tra