

Il direttore commerciale di Banca Mediolanum ci racconta un sistema in continua evoluzione dove a vincere è il cliente

Family Banker: dare valore all'esperienza bancaria

Un mercato che nonostante la crisi presenta ampi margini di crescita. Un sistema, quello bancario, che sta vivendo una rapida evoluzione in termini 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 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».

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 a 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. Que-

sto 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 il punto di forza di Banca Mediolanum?

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.

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 consu-



lenza del portafoglio dei propri clienti. In sostanza la figura del Family Banker riunisce in sé le caratteristiche migliori dei due modi di fare banca.

Qual è il vantaggio per chi decide di intraprendere questo percorso?

Il vantaggio sta nell'andare a operare in una realtà che pone il cliente al centro del proprio lavoro. Si opera mossi esclusivamente dall'interesse nei confronti del cliente 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?

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. E anche nel 2013, tra gennaio e febbraio, la raccolta netta totale è stata di 524 milioni di euro. Un'ulteriore conferma che siamo sulla strada giusta per vincere la 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 il cui contenuto non rappresenta una forma di consulenza né un suggerimento per investimenti