

**FINANZA PERSONALE** Risparmi, mutui, previdenza, conti corrente e di deposito sono solo una parte dei prodotti offerti ai propri clienti

**U**n grande cerchio azzurro che racchiude al centro il cliente e che nella sua circonferenza contiene tutti i prodotti e i servizi a esso dedicati. Questo il simbolo che identifica Mediolanum, il suo tratto distintivo che con una sola immagine rappresenta appunto la storia e l'essenza stessa del gruppo di Basiglio: la centralità del cliente e l'ampiezza dei prodotti offerti. Risparmi, mutui, previdenza sono solo una parte dell'offerta a 360 gradi che il gruppo Mediolanum ha lanciato negli anni a favore della propria clientela e che copre ogni aspetto della vita di ciascun individuo: la quotidianità, il futuro, la casa.

Dai classici prodotti «da sportello», come i conti correnti o il conto deposito che Mediolanum offre, a mutui e prestiti, senza tralasciare la tutela e la sicurezza della persona attraverso strumenti assicurativi e previdenziali: il gruppo guidato da Massimo Doris copre dunque ogni ambito della vita dei propri clienti e, aspetto tutt'altro che secondario, lo fa garantendo un'assistenza completa e ininterrotta a qualunque ora del giorno. Se è vero che grazie ad esempio ai conti correnti di casa Mediolanum è possibile entrare virtualmente in banca e compiere le operazioni desiderate 24 ore su 24, 7 giorni su

7 attraverso Internet, è altrettanto vero che il gruppo di Basiglio ha sviluppato nel corso degli anni, in maniera innovativa, altri strumenti efficaci per affiancare la clientela e assisterla nelle proprie scelte. Sia in termini di selezione dei prodotti sia di investi-

menti. Ricordiamo ad esempio il servizio di Banking Center, un vero e proprio sportello bancario a «uno squillo di distanza», composto da oltre 400 spe-

cialisti a cui è possibile rivolgersi per richiedere assistenza operativa e informazioni.

Strumenti dunque versatili che consentono al cliente di muoversi e operare in massima libertà con la certezza allo stesso tempo di non incorrere in sorprese spiacevoli: perché un'altra prerogativa essenziale di Mediolanum è senza dubbio la trasparenza nella propria offerta, chiara, semplice e diretta.

I prodotti offerti certo sono numerosi, ma correre il rischio di smarrirsi tra le innumerevoli proposte è impossibile: proprio per indirizzare il cliente verso le scelte più adatte ci sono in prima fila i Family Banker, figura chiave del gruppo Mediolanum e punto di



Sopra un'immagine di backstage scattata sul set durante le riprese dello spot pubblicitario che è stato girato a Barcellona lo scorso ottobre e che vede come protagonista Massimo Doris, amministratore delegato di Banca Mediolanum ed alcuni fermi immagine dello spot stesso

relazione tra la banca stessa e la clientela. Una vera e propria rete di esperti presenti ovunque, nelle cit-

tà e nelle province, capace di garantire vicinanza reale e concreta alla clientela e di seguirla nelle scelte e

decisioni di risparmio e investimento, portando ancora una volta la Banca a casa del cliente.

## Una pubblicità semplice e diretta che racconta tutti i prodotti e i servizi offerti dal Gruppo

**U**na Banca costruita intorno al cliente e che a esso si rivolge con numerosi prodotti e servizi dedicati ma soprattutto studiati per ogni fase della vita: è questo il messaggio della nuova campagna pubblicitaria di Banca Mediolanum in onda dal 9 novembre al 7 dicembre sulle principali emittenti televisive nazionali e satellitari con oltre 3.000 spot di 40 e 15 secondi. Radio, carta stampata, video banner, social network e affissioni sono gli altri mezzi coinvolti nella nuova campagna pubblicitaria. Protagonista del nuovo spot è l'amministratore delegato di Banca Mediolanum, Massimo Doris, che con l'ausilio dell'ormai celebre cerchio e di immagini rappresentative, in circa 15 secondi presenta agli spettatori la vasta gamma dei prodotti di casa Mediolanum.

Una banca completa che offre un servizio a tutto campo ai propri clienti e che è attenta a ogni singolo aspetto della loro vita: dal-

le diverse soluzioni di mutuo per l'acquisto della casa, rappresentate nella campagna pubblicitaria da una giovane coppia di neosposi che varca la soglia della nuova abitazione, alla pianificazione dei propri risparmi grazie all'ausilio del Family Banker, figura chiave del gruppo di Basiglio.

Perché se è pur vero che la vita cambia ed è in continua evoluzione, è altrettanto vero che Banca Mediolanum grazie alla moltitudine dei prodotti offerti è in grado di rispondere a tutte le esigenze delle famiglie.

Anche questa volta dunque lo spot, ideato da Red Cell e prodotto da Mercurio Cinematografica, intende rafforzare il concetto di centralità del cliente e del rapporto diretto tra quest'ultimo e la banca, sottolineato come sempre dal simbolo del cerchio che è diventato una vera e propria icona di Banca Mediolanum, la Banca costruita intorno al cliente.

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale.

La documentazione d'offerta dei prodotti e servizi distribuiti da Banca Mediolanum è disponibile sul sito [www.bancamediolanum.it](http://www.bancamediolanum.it) e presso gli Uffici dei Promotori Finanziari.



[facebook.com/bancamediolanum](https://www.facebook.com/bancamediolanum)



[twitter.com/bancamediolanum](https://twitter.com/bancamediolanum)  
[twitter.com/MedEventi](https://twitter.com/MedEventi)



[youtube.com/bancamediolanum](https://www.youtube.com/bancamediolanum)

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