

Il modello innovativo di Banca Mediolanum è la risposta alla forte domanda di servizi personalizzati che arriva dai risparmiatori. La relazione con il cliente è fondamentale

## Dal direttore di banca al Family Banker l'evoluzione del servizio al cliente

«**C**» è una regola che evidenzia come si com-

portano i consumatori in un sistema di mercato evoluto: si muovono sempre nella direzione della qualità. La riconoscono e la premiano, con le loro scelte. Nel settore bancario, invece, questa tendenza del mercato in passato non si è verificata, o è stata molto debole e lenta, perché, per diverse ragioni, nella stragrande maggioranza dei casi, il cliente per decenni rimaneva fedele sempre alla stessa banca. Anche se il servizio fornito, in realtà, si fermava a un livello più basso rispetto ad altre», rileva Stefano Volpato, Italian Network Manager di Banca Mediolanum, ovvero responsabile nazionale della rete di Family Banker.

Oggi molte cose stanno cambiando, il mondo bancario e del risparmio è in rapida e forte trasformazione, con nodi strutturali e questioni congiunturali non facili da affrontare. Mentre risparmiatori e investitori privati sono sempre più esigenti, attenti alle diverse proposte, pronti a cambiare interlocutore, e sportello. In pratica, a premiare sempre di più la qualità. Che significa efficienza, costi più bassi, condizioni più vantaggiose, servizio realmente personalizzato.

«Sono tutti fattori che, mentre altre realtà del settore sono in difficoltà e in una delicata fase di ristrutturazione, fanno di Banca Mediolanum una banca di successo, ancora di più in prospettiva, proprio per il modello, innovativo e unico, che rappresentiamo», sottolinea Volpato, «e che ha l'obiettivo dichiarato di diventare entro il decennio in corso la prima banca «retail» italiana, in uno scenario di mercato che per noi presenta grandi opportunità di crescita e di ulteriore sviluppo. Basti pensare che ai promotori finanziari è affidato circa il 7% delle risorse finanziarie degli italiani mentre il 93% rimane nelle banche tradizionali». In un'epoca in cui la tecnologia ha rappresentato il meteorite sul sistema bancario, rompendo un ordine che sembrava essere inattuabile,



cambiando tutti i riferimenti di base, per i clienti ma anche per gli addetti ai lavori.

**Perché il vostro modello di banca risulta sempre così innovativo?**

«Perché Banca Mediolanum 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, rapporto umano di fiducia costruito sulla conoscenza e competenza. Da sempre, ha posto il cliente al

centro del servizio che gli forniamo, e allo stesso tempo ha messo il Family Banker al centro della relazione con ogni cliente. Una relazione che, in molti casi, continua per decenni. E anche per diverse generazioni di una stessa famiglia. È tutto costruito su queste due figure fondamentali. Nell'ottica del cliente ho la possibilità di operare in assoluta libertà. Nell'ottica del Family Banker, tutte le strutture, come quelle di back-office e front-end, sono state costruite a supporto della mia attività. Un direttore di una banca tradizionale ha alcuni impiegati che lo assistono, mentre Banca Mediolanum ha una struttura di oltre 1.700 dipendenti a supporto di ogni Family Banker».

**Con quali vantaggi?**

«I vantaggi sono molteplici. Ad esempio, le differenze strutturali del modello, senza grandi e costose filiali sul territorio ma con tanta tecnologia e professionisti altamente qualificati, ci consentono di offrire costi più bassi e condizioni migliori, per quanto riguarda i conti correnti, i mutui, conti di deposito, e via dicendo. E siamo quindi in grado di trasferire, al cliente, da un lato, e al professionista finanziario, dall'altro, tutti i vantaggi del nostro modello innovativo».

**Come intendete crescere ancora?**

«Raggiungendo sempre più clienti, desiderosi di un'assi-

stenza finanziaria diretta, personale e continuativa nel tempo come quella che ci contraddistingue, e quindi ampliando ulteriormente la nostra rete di Family Banker, presenti su tutto il territorio nazionale, dalle grandi città ai piccoli centri di provincia».

**È previsto un percorso di inserimento per i bancari e professionisti finanziari?**

«Sì. Banca Mediolanum valorizza tutte le competenze che il

professionista ha già maturato nel passato, che vengono poi integrate attraverso un percorso formativo che ci vede assolutamente leader. Ad esempio, con i corsi e le attività costanti di Mediolanum Corporate University, che fa dell'eccellenza il proprio valore fondante. Inoltre disponiamo di un sistema di comunicazione interna estremamente versatile, attraverso Intranet e Tv aziendale forniamo un aggiornamento quotidiano e continuo, in tempo reale».

**E dal punto di vista economico e di carriera?**

«Ritengo che per chi possiede un patrimonio di competenze e di relazioni maturato nel corso degli anni,

accedere alla professione del Family Banker sia un'opportunità straordinaria. Potrà trovare nella libera professione, e nelle gratificazioni economiche tipiche della libera professione, qualcosa in grado di valorizzare al massimo il percorso fatto fino a oggi. Senza trascurare la possibilità di continuare a crescere in una banca moderna, innovativa, sempre al passo con i tempi. In pratica: più vantaggi ai clienti, più vantaggi per sé».

*Il Gruppo Mediolanum favorisce sempre la crescita dei propri professionisti, anche attraverso la costante attività di formazione e aggiornamento*



Banca Mediolanum Title Sponsor dell'unico circuito aziendale con formula Pro Am due risultati su quattro. Gli imprenditori si sfidano sui più prestigiosi golf club italiani alla ricerca del titolo di *Company* più forte del torneo. I numeri: 250 squadre iscritte, 1.200 giocatori, 27 prove di qualifica, 4 semifinali regionali e la finale Nazionale a San Domenico. *Tra le novità le giornate Company Day per dare spazio, visibilità e risalto ai servizi, prodotti e iniziative delle più prestigiose aziende italiane, in collaborazione con Antoitavia.*

È un'iniziativa  
Absolute Golf,  
per notizie e curiosità  
[www.absolutegolf.it](http://www.absolutegolf.it)



**antoitavia**



Selezione e Reclutamento  
tel. 840 700 700  
[www.familybanker.it](http://www.familybanker.it)

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