

MEDIOLANUM LANCIA LA NUOVA FIGURA PROFESSIONALE

Ora Doris va a caccia del family banker

DI ANDREA MONTANARI

Pubblicità in tv e in radio. Annunci pubblicati su tutti i principali portali internet di ricerca lavoro.

Mediolanum va a caccia del family banker. Una nuova figura professionale pensata dai vertici del gruppo guidato da Ennio Doris, che, proprio sul piccolo schermo, chiama a raccolta i potenziali candidati. Lo scopo è quello di «portare la banca a casa del cliente». Così, la mission di chi entrerà a far parte di questo progetto dovrà «essere il punto di riferimento per tutte le esigenze economico-finanziarie» delle famiglie, recita l'incipit della pagina web che descrive le caratteristiche del «professionista di nuova generazione». Una figura e

un ruolo che a Basiglio, nel quartier generale di Mediolanum, preferiscono per il momento non enfatizzare più del dovuto, in attesa che nell'arco di tre o quattro settimane al massimo venga messa a punto una strategia di comunicazione più complessa. Certo è che la mossa di Doris, l'uomo che diede una spinta significativa alla professione di promotore finanziario, risulta particolarmente innovativa, così come la formula scelta in questa prima fase di recruiting basata essenzialmente su annunci online apparsi già da qualche giorno sui siti specializzati.

Già partita la campagna acquisti in tutta Italia, da Torino a Cagliari

Da Cagliari a Torino, da Genova a Napoli, da Bergamo a Macerata, passando per Reggio Emilia e Vicenza: una caccia al family banker in grande stile che mira a professionisti che abbiano già maturato esperienze in banca o in società di intermediazione mobiliare, che abbiano un'età compresa tra i 24 e i 48 anni e che abbiano una relazione stabile con la clientela di riferimento. Lo scopo di Doris è di «ridurre la distanza tra cliente e banca», sulla falsariga di quello che avviene all'estero, e di fare in modo che il professionista sia la «multicanalità» della stessa Mediolanum. In pratica, quindi, il family banker funge da «portale» casalingo di tutti i prodotti bancari, assicurativi e finanziari dell'istituto: per garantire un'offerta completa alle famiglie. (riproduzione riservata)

Torino, da Genova a Napoli, da Bergamo a Macerata, passando per Reggio Emilia e Vicenza: una caccia al family banker in grande

stile che mira a professionisti che abbiano già maturato esperienze in banca o in società di intermediazione mobiliare,

che abbiano un'età compresa tra i 24 e i 48 anni e che abbiano una relazione stabile con la clientela di riferimento.

Lo scopo di Doris è di «ridurre la distanza tra cliente e banca», sulla falsariga di quello che avviene all'estero, e di fare in modo che il professionista sia la «multicanalità» della stessa Mediolanum.

In pratica, quindi, il family banker funge da «portale» casalingo di tutti i prodotti bancari, assicurativi e finanziari dell'istituto: per garantire un'offerta completa alle famiglie. (riproduzione riservata)

MF Rimbizzo del titolo, che chiude a 5,81 euro.



Ennio Doris

