

La forza del promotore è Banca Mediolanum

La carta vincente è la capacità di gestire al meglio il cliente anche sotto il profilo emotivo

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 competitori, si è piazzato in cima alla classifica per il grado di soddisfazione dei suoi uomini; primo 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 quantitativa, numeri alla mano, la seconda edizione della ricerca realizzata da Banca Imi - fotografando il mondo



Massimo Doris

GARANZIE

Una guida stabile per un futuro certo

Se si decide di voler lavorare in una tipica società quotata in Borsa si dovrà anche mettere in conto di assistere a fusioni e passaggi di proprietà e quindi di subire le ricadute sia nel bene che nel male. In pratica, con il cambio dei poteri di vertice, la chance professionale potrebbe lasciare il passo a conflitti ed emarginazione. Entrando invece a far parte della realtà aziendale di Banca Mediolanum questo pericolo non esiste. Da subito e per tutta la durata dell'attività qualunque collaboratore potrà fare affidamento su una garanzia: la certezza dei "punti fissi". Vale a dire, la continuità nella struttura manageriale e la sicurezza del filo diretto tra vertici e base aziendale, un valore aggiunto che Ennio Doris ha voluto fin da principio. La differenza rispetto alle altre società sta proprio nel fatto che i fondatori dell'azienda hanno poi continuato a guidarla negli anni, ma dopo aver compiuto lo stesso percorso formativo e affrontato le medesime esperienze di chi si affaccia oggi alla professione di promotore finanziario. Hanno condiviso l'entusiasmo e le possibili difficoltà della fase di partenza così come la soddisfazione successiva. Un'azienda insomma dal volto più familiare, dove i rapporti umani sullo stesso piano di quelli strettamente lavorativi e, pertanto, lo spirito di gruppo rappresenta una conseguenza quasi naturale. A sua volta la certezza di avere sempre la stessa famiglia alla dirigen-



Valerio Baldini

za comporta stabilità della rotta, delle linee guida e in particolare della strategia di investimento, ormai collaudata, battezzata come quella delle "5D". Una legge che, suggerendo di diversificare secondo cinque coordinate di investimento, continua a dimostrarsi la soluzione più conveniente per il cliente che può ottenere nel lungo periodo i migliori risultati e per il promotore che si vede aumentare le opportunità di guadagno e di crescita. Ma non è tutto. Scegliere Banca Mediolanum significa entrare nel team di una società che sa investire nelle proprie risorse. Le persone a cui vanno demandate funzioni di responsabilità, infatti, si sono formate rigorosamente nell'azienda. Senza contare che la carriera viaggia su un doppio binario: si può decidere se maturare nella consulenza oppure se diventare imprenditori di se stessi, dando vita ad una struttura con una squadra di cui essere il punto di riferimento. In altre parole qui da noi non ci sono ostacoli oggettivi al proprio successo, gli unici limiti sono dati dalla volontà e dalle capacità individuali.

Valerio Baldini

re, 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 i 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. Banca Mediolanum sa bene che il promotore Mediolanum è un uomo e, in quanto tale, non del tutto al riparo dall'emotività. Inoltre, negli anni, il consulente ha potuto fare affidamento sul mantenimento della strategia di investimento, che continua ad essere ancorata alla regola delle "5D". Una regola che apparentemente può sembrare banale, ma che a Banca Mediolanum ha permesso, anche dopo l'attentato dell'11 settembre 2001 alle Torri gemelle, di conseguire una raccolta netta sempre positiva.

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) e, a proposito, esiste una struttura ad hoc che si avvale di un coordinamento centrale e di referenti in loco. Che differenza c'è tra promotore finanziario e consulente globale? A suggerire l'impiego di questa formula "multimediale" per la formazione professionale delle risorse è stato lo stesso modello "multicanale" adottato da Banca Mediolanum. Ossia la volontà di creare una banca in grado di soddisfare a trecentosessanta 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. La motivazione del resto è il criterio "pilota": più il consulente ha entusiasmi maggiori sono le prospettive di guadagno e di crescita per la propria attività e, pertanto, per la società a cui fa riferimento.

CINQUE LINEE DI DIVERSIFICAZIONE PER GLI INVESTIMENTI FINANZIARI

Sempre vincente la strategia delle "5D"

Nell'investimento è importante non essere sopraffatti dalle reazioni emotive, come abbiamo letto nell'articolo sovrastante. Per questo Banca Mediolanum, attraverso i suoi Consulenti Globali, suggerisce da sempre ai risparmiatori la "strategia delle 5D".

Suffragata dal pensiero di premi Nobel per l'economia quali Samuelson, Kahneman, Modigliani, la strategia individua le cinque linee di diversificazione degli impieghi finanziari, che permettono di ottenere i migliori risultati potenziali dal proprio investimento indipendentemente dalle fluttuazioni del giorno per giorno.

La prima delle cinque D prevede di diversificare gli impieghi in base all'asse temporale, suddividendo le proprie disponibilità tra il breve periodo (2 o 3 anni) al quale riservare il denaro di cui si può avere bisogno in qualsiasi momento, di medio periodo e di lungo periodo (oltre i 7 anni). La componente azionaria entra in gioco sul lungo periodo. Se l'orizzonte temporale è sufficientemente ampio (oltre i 10 anni) l'impiego in Borsa si dimostra sempre il più redditizio. La seconda D ha a che fare con la diversificazione tra titoli, il

LE CINQUE REGOLE PER INVESTIRE

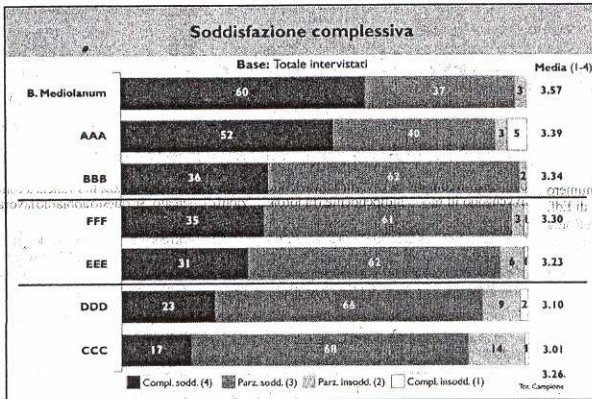


classico "giardinetto". Maggiore è il loro numero, migliori sono le prospettive di un investimento. Lo strumento che meglio risponde a queste esigenze è rappresentato dai fondi comuni di investimento.

La terza D parte dal presupposto che l'economia mondiale - tranne rare eccezioni viaggia a velocità diverse nelle differenti aree geografiche. Differenziando anche secondo un'ottica geografica, e ripartendo i propri impieghi su più Paesi diversi, sempre utilizzando lo strumento dei fondi, si possono cogliere queste opportunità. Stesso discorso

vale per la quarta D, quella riservata al risparmio sul quale si può speculare un po' di più, che punta sulla diversificazione per potenziale di crescita e mira dunque al miglior risultato nel medio e lungo periodo con investimenti mirati sui settori emergenti dell'economia. La quinta si completa con la diversificazione sugli strumenti innovativi di ultima generazione, quali ad esempio le nuove politiche index linked.

Naturalmente questo approccio all'investimento non può prescindere dalla guida di un professionista del risparmio.



corsa 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

MERCATI

Gli investitori ritrovano l'interesse per la Borsa

Superate le esitazioni d'inizio d'anno, i mercati borsistici hanno ripreso tono in tutte le aree geografiche, riproponendosi all'attenzione di investitori apparentemente un po' meno distratti riguardo al comparto azionario di quanto lo siano stati nel corso del 2004.

La sensazione che l'atteggiamento delle autorità monetarie americane stia assumendo impostazioni più decise nel contrastare lo scivolamento della valuta statunitense, unita all'impegno dell'amministrazione per ripristinare, nel corso del secondo mandato, una maggiore disciplina della spesa pubblica, hanno sicuramente contribuito a riportare anche a Wall Street un clima più positivo. Clima che, su un piano politico più generale, ha trovato un sostegno anche dalla riuscita della consultazione elettorale irakena e dal contributo che da tale riuscita è derivato per il consolidamento dell'attuale leadership americana. Questa evoluzione del sentiment ha evidentemente avuto delle ripercussioni positive anche nei quadranti europei ed asiatici, dove un'America finanziariamente più virtuosa e un dollaro meno malandato sono tradizionalmente forieri di un

globale?

A suggerire l'impiego di questa formula "multimediale" per la formazione professionale delle risorse è stato lo stesso modello "multicanale" adottato da Banca Mediolanum. Ossia la volontà di creare una banca in grado di soddisfare a trecentosessanta gradi le esigenze della

ambiente economico più favorevole alla crescita delle attività produttive locali. La diffusione, poi, su vasta scala dei dati sui progressi degli indici borsistici durante lo scorso anno sta cominciando a scalfire l'apatia di molti, che stanno in questo periodo facendo raffronti con la bassa redditività di altre forme d'investimento. Il vecchio, ma sempre confermato, principio del "denaro chiama denaro" può essere ancora una volta chiamato in causa come origine di fenomeni imitativi, che contribuiscono ad accelerare il movimento dei prezzi. La sintesi è che, comunque, esiste una base di argomenti che giustificano la tenuta della tendenza, con molta soddisfazione per chi ha impostato razionalmente i propri programmi d'investimento, tenendosi al riparo da comportamenti emotivi e da "impulsi di branco", e possibilità tuttora aperte e valide per quanti considerino, con serietà e in un'ottica di lungo termine, l'opportunità di riorganizzare i propri programmi d'investimento con un adeguato posizionamento della componente azionaria. Ricorrendo, ovviamente, ad una seria consulenza professionale.

Walter Ottolenghi

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. La motivazione del resto è il criterio "pilota": più il consulente ha entusiasmi maggiori sono le prospettive di guadagno e di crescita per la propria attività e, pertanto, per la società a cui fa riferimento.

Servizio Clienti

Numero Verde

800-107107

www.bancamediolanum.it

Notizie Mediolanum a cura di
Roberto Scippa
roberto.scippa@mediolanum.it

Selezione e reclutamento
tel.02.90492778