

PUBBLICITÀ



CON FREEDOM PIÙ TUTTI I SERVIZI DEL CONTO CORRENTE E LA NOVITÀ DELLA POSSIBILITÀ DI UNA REMUNERAZIONE ANCORA PIÙ ALTA, VINCOLANDO UNA SOMMA DELLA LIQUIDITÀ IN GIACENZA

# Mediolanum Freedom Più fa crescere il valore dei risparmi

Un altro passo avanti per dare il migliore servizio possibile alla clientela, ai risparmiatori e alle loro famiglie. Massima praticità e convenienza



Dare più valore ai propri soldi, ai propri risparmi, con massima praticità e convenienza. La soluzione? L'opportunità che mancava? Un conto corrente che unisca la piena operatività e tutti i servizi bancari completi di un conto corrente tradizionale, insieme alla possibilità di una remunerazione ancora più alta vincolando una somma della liquidità in giacenza. In pratica, tramite i depositi a tempo, coglie, con un'unica soluzione, tutti i vantaggi del conto corrente insieme a quelli di un conto deposito. Banca Mediolanum ha concentrato tutte queste opportunità in un unico conto corrente, il nuovo Mediolanum Freedom Più, che può vantare costi bassi e condizioni tra le più convenienti in assoluto. Vale a dire, una remunerazione ai massimi livelli di mercato per il denaro sempre a disposizione del cliente: il 3,30% lordo annuo sulle giacenze che superano i 15mila euro. Con la possibilità, vincolando una parte della liquidità, di guadagnare ancora di più. Perché si ottiene, anche in questo caso, una remunerazione ai livelli più alti del mercato: il 4% lordo sulle somme vincolate per 12

mesi. Un 4% che può poi arrivare fino al 4,60% grazie alla promozione "InMediolanum Friends". È un altro passo avanti da parte di Banca Mediolanum per dare il migliore servizio possibile alla clientela, ai risparmiatori e alle loro famiglie. Nella direzione, secondo l'obiettivo ben preciso e dichiarato, di diventare la prima banca "retail" italiana. Non serve fare calcoli complicati, solo un confronto con ciò che propone il resto del mercato. Dal primo giugno, aprendo il conto corrente Mediolanum Freedom Più, sarà possibile vincolare una quota di denaro e dei propri risparmi, a partire da 100 euro e a condizione di mantenere una giacenza media sul conto corrente di 15mila euro, per un periodo variabile tra 3, 6 e 12 mesi, direttamente sullo stesso conto senza dover utilizzare a questo scopo un conto deposito separato. Praticità e piena operatività bancaria (Bancomat, carta di credito, as-

**FINO AL  
4,60%  
PER 12 MESI**

segni, bonifici, accrediti, domiciliazione delle bollette, e via dicendo), e per depositi a tempo con durata 6 e 12 mesi, interessi anticipati ogni tre mesi direttamente sul conto. Per il denaro in giacenza, sempre a disposizione del cliente, il tasso di interesse è estremamente elevato: il 3,30% lordo annuo, sulle giacenze che superano i 15mila euro, un valore che confrontato con l'attuale offerta del mercato evidenzia uno scarto notevole. Stesso discorso, e stessa grande convenienza, per le eventuali quote vincolate. Il tasso di remunerazione sulle somme vincolate per 12 mesi del conto Mediolanum Freedom Più ammonta al 4% lordo. A ciò si aggiunge la promozione "InMediolanum Friends" (già in essere per il conto deposito InMediolanum), per cui il tasso sale di un ulteriore 0,20%, fino ad arrivare al 4,60%, per ogni amico segnalato che apra a sua volta il conto. Cifre che staccano nettamente il tasso medio del mercato italiano.

Anche in termini di costi c'è poca gara. Il costo annuo del nuovo conto corrente di Banca Mediolanum ammonta a 32 euro, quello medio del mercato è di 136 euro (Fonte CorriereEconomia 16.01.2012). Una differenza del 77 per cento. In un periodo non facile per l'economia, per tanti risparmiatori e per le loro famiglie, ecco da parte della Banca un'ulteriore proposta all'avanguardia, un ulteriore servizio e condizioni molto vantaggiose per i clienti. Sempre all'insegna dell'innovazione, della qualità e della convenienza massime. È così che, in uno scenario in difficoltà, c'è chi procede a ritmo serrato, e compie passi avanti.

## FAMILY BANKER "Così abbiamo cambiato il modo di 'fare' banca"

Cadere nell'equivoco è facile, ma credere che il Family Banker sia un semplice promotore finanziario è sbagliato. «Tra il Family Banker e il Promotore Finanziario la differenza non è filosofica bensì sostanziale» spiega Stefano Volpato, direttore commerciale di Banca Mediolanum, «è una figura unica che si inserisce in un modo unico di fare banca: il modello creato da Banca Mediolanum. Detta in maniera molto essenziale, mentre il promotore fa pianificazione finanziaria, il Family Banker in concreto fa anche quello che in una banca tradizionale farebbe il direttore, assiste quindi la clientela e la orienta nella scelta dei servizi bancari, del conto corrente, dei mutui, prestiti, fidi, e delle altre soluzioni per una efficace gestione della liquidità del cliente. Strumenti con i quali sviluppa e mantiene una relazione esclusiva e costante nel tempo con il suo cliente. Una bella differenza, per i clienti e le loro famiglie, e non solo. Per questo, essere Family Banker significa fare molto di più che il promotore finan-



Stefano Volpato, Italian Network Manager di Banca Mediolanum  
ziario e farlo in modo diverso». Quali sono queste opportunità più nel dettaglio? «Siamo sempre più convinti che l'evoluzione del mondo del risparmio offre opportunità straordinarie per l'attività del Family Banker, per diversi ottimi motivi. Il primo è il mercato. Mentre il patrimonio complessivo gestito dai promotori finanziari, quindi la singola voce della pianificazione finanziaria affidata ai promotori, e non alle banche, ammonta ad appena 250 miliardi di euro, il Family Banker, grazie al modello di Banca Mediolanum, si muove in un ambito che ha dimensioni e potenzialità enormi: il risparmio e le attività finanziarie complessive delle famiglie italiane ammontano a 3.500 miliardi di euro. Un settore che nell'ultimo anno è cresciuto dell'11 per cento. A cui si devono aggiungere altri 1.000 miliardi di euro di giro d'affari dell'erogazione bancaria. Quindi, un mercato potenziale di circa 4.500 miliardi di euro. Ecco le cifre e i termini di riferimento, prendendo spunto dalle stime di Banca d'Italia e dei principali istituti di statistica. Ecco le grandi potenzialità e opportunità di crescita e di sviluppo, per l'attività del Family Banker Mediolanum. Qual è il vostro obiettivo? «Diventare la prima banca "retail" italiana. E per farlo dobbiamo radoppiare, in dieci anni, il numero dei Family Banker, che oggi sono circa 4.500. Alla fine di quest'anno vorremmo contarne 300 in più». Chi può diventare Family Banker? «I candidati ideali sono bancari e promotori finanziari che abbiano già un'esperienza proficua di relazione con la clientela, ma anche sincera passione per il settore del risparmio. Perché il punto focale è proprio lì, nella consapevolezza che gestire il risparmio significa prendersi cura della qualità della vita delle persone, delle famiglie». E i giovani? «Certo, ci rivolgiamo anche ai giovani per i quali abbiamo piani di formazione e di inserimento specifici. Entrare nella nostra struttura vuol dire poter garantire ai clienti e a sé stessi un altissimo livello di qualità. Quello che conta è la capacità professionale, l'atteggiamento nelle relazioni e l'immaginarsi sul territorio. Quanto alle proposte economiche posso dire che saranno adeguate all'esperienza di ciascuno oltre che alle caratteristiche personali e alle capacità professionali. Gli interessati possono contattarci anche tramite il portale [www.familybanker.it](http://www.familybanker.it)».

## Operazioni sempre più facili e veloci: in arrivo anche la firma digitale

Basta una firma? Sì, purché sia digitale. Per semplificare, ancora di più, il servizio alla clientela e l'attività dei propri professionisti, Banca Mediolanum ha sviluppato e sta rilasciando progressivamente la digitalizzazione della firma. Finora per sottoscrivere contratti e altri documenti ufficiali o con valore legale occorreva realizzare un formato cartaceo che poi doveva essere inviato alla sede della Banca, catalogato, archiviato. Con l'introduzione della firma digitale tutto si facilita e velocizza. Come funziona? Così: al momento della sottoscrizione del contratto mentre entrano le parti in causa sono presenti, il cliente riceve un Sms contenente una password temporanea che potrà pertanto essere utilizzata una sola volta. A questo punto deve solo inserire nell'apposita pagina del portale della Banca uno dei suoi codici segreti e il codice temporaneo appena ricevuto e che il sistema, come detto, ha creato per l'occasione. Così il cliente firma in digitale il contratto valutato insieme al suo Family Banker. Contemporaneamente, anche quest'ultimo procede allo stesso modo, conferma l'operazione attraverso un altro codice temporaneo e riservato al professionista e appone anch'egli la sua firma elettronica in calce al documento. Il contratto è ora valido a tutti gli effetti, essendo già stato sottoposto alle verifiche dei vari uffici competenti che avvengono in tempo reale. E all'istante è già disponibile presso la sede centrale. Niente più carta! Il nuovo sistema di sottoscrizione tramite la firma digitale è già in uso per un campione di Family Banker e per alcune tipologie di contratto, ma in maniera progressiva verrà esteso a tutta la rete di vendita e per tutti i prodotti e le soluzioni di risparmio e investimento proposti da Banca Mediolanum. Da non dimenticare che tutto ciò è confezionato all'interno di un percorso commerciale di presentazione del prodotto fruibile tramite Ipad che culmina con la firma digitale del contratto ed assicura che il cliente abbia preso visione di tutto il materiale informativo necessario.

## Copernico, sottoscrizione di contratti più pratica e hi-tech

Un sistema innovativo che azzererà le distanze nell'approvazione dei documenti. Una rivoluzione "copernicana", radicale, totale. Nel modo di gestire a distanza proposte di contratto e altri documenti. Per questo il sistema innovativo messo a punto da Banca Mediolanum ha preso il nome dal celebre astronomo polacco: Copernico. È un nuovo strumento per la gestione hi-tech di soluzioni e prodotti finanziari. Ma è soprattutto una modalità che facilita la relazione tra il cliente e il proprio Family Banker perché azzererà le distanze ed elimina il fattore "agenda". Facciamo un esempio: per sottoporre al cliente la proposta di contratto che stava aspettando, o la pianificazione finanziaria studiata durante l'incontro precedente, i passaggi necessari prevedono una telefonata, la definizione dell'appuntamento e poi i tempi d'attesa prima di incontrarsi. Con Copernico il Family Banker mette il "documento" a disposizione del cliente tramite il portale della Banca. Il cliente riceve subito un Sms e non deve fare altro che accedere al suo spazio personale riservato agli aggiornamenti. Se per caso ha il telefonino spento, ma è già collegato online, sarà avvertito da un banner di avviso analogo all'Sms. Ma quel che più conta è che da questo spazio può approvare e accettare la proposta di contratto utilizzando semplicemente i suoi codici segreti e l'operazione è subito perfezionata: senza dispendio di tempo e senza dover attendere i documenti cartacei, in tempo reale pur trovandosi gli interlocutori in luoghi diversi. Una maniera pratica, facile e istantanea di interagire con la propria banca. Appunto, una rivoluzione copernicana.

## Con Facebook un nuovo canale di relazione tra banca e cliente

La parola d'ordine è: resta connesso al cambiamento. Banca Mediolanum ha aperto su Facebook una propria Fanpage, che raccoglie già oltre mille adesioni online, con la quale si possono seguire, in tempo reale, e in modo facile, pratico e diretto, notizie e novità che riguardano la Banca, le sue attività, le iniziative rivolte alla clientela. Facebook è diventato, in poco tempo, il più grande Social network globale, la più estesa piattaforma online di comunicazione al mondo, con i suoi 800 milioni di utenti, di cui oltre 21 milioni in Italia. Un network dove è possibile condividere contenuti, veicolare messaggi, interagire con tante persone contemporaneamente. Uno strumento che apre nuove opportunità anche nel mondo dei servizi bancari, e nel rapporto di comunicazione e interazione tra banca e cliente. Con ogni singolo cliente. Un nuovo canale di comunicazione, coerente con le linee strategiche di sviluppo di Mediolanum: essere sempre la prima banca nella relazione con i clienti. Sia dal punto di vista delle relazioni umane, attraverso i propri professionisti finanziari attivi sul territorio, e presenti in tutta Italia, sia per quanto riguarda tecnologie e applicazioni hi-tech. I clienti abituati a relazionarsi attraverso Facebook, e gli altri Social-media, sempre più si aspettano di ricevere informazioni e contatti anche attraverso questi canali. Sul portale della Banca per le comunicazioni con la clientela, i Family Banker possono già pubblicare brevi messaggi in formato Twitter, altro network digitale con già oltre 3 milioni di utenti in Italia. E altre importanti novità saranno presto in arrivo. Tutte rigorosamente online. Resta connesso, Banca Mediolanum c'è già.

## Giro d'Italia, la Banca ancora una volta protagonista: tanti eventi speciali hanno coinvolto migliaia di clienti

La 95esima edizione del Giro d'Italia, che ha tagliato il traguardo finale lo scorso 27 maggio a Milano, ha visto ancora una volta Banca Mediolanum protagonista del grande evento sportivo. La Banca ha sponsorizzato per il decimo anno consecutivo il Giro Premio della Montagna, la classifica degli scalatori, quest'anno vinta da Matteo Rabotnik, che si è aggiudicato in Maglia Azzurra, simbolo del migliore atleta negli arrivi in vetta. Per Banca Mediolanum il Giro d'Italia rappresenta un importante appuntamento di passione sportiva e un'occasione per incontrare, lungo il percorso, migliaia di clienti e ospiti di eventi speciali e dedicati: in totale sono stati registrati oltre 35.000 contatti tra i vari appuntamenti quotidiani, con una media per tappa pari a 1.950 presenze. Un incremento del 7% rispetto all'edizione scorsa che sottolinea il crescente entusiasmo della community Mediolanum per iniziative di carattere sportivo e di intrattenimento che contribuiscono a rafforzare il legame "personale" con la propria banca. Nel dettaglio, sono stati oltre 1.200 i clienti e gli ospiti arrivi presso la base Hospitality di partenza e arrivo delle tappe, 54 i partecipanti a bordo delle auto al seguito della gara, 16 i Mediolanum Party realizzati con un'affluenza complessiva di 4mila persone. E oltre 800 appassionati di ciclismo hanno preso parte alle ormai tradizionali "pedalate" (vedi foto a fianco), guidati da campioni e testimoni d'eccezione come Maurizio Fondriest, Francesco Moser e Gianni Motta, indossando tutti la Maglia Azzurra degli "scalatori".



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