

FUKSAS, INNOVATORE DI SPAZI

SPECIALE
BEST
WATCHES

UNDER 30, INDUSTRIA 4.0

I MIGLIORI VINI DA TARTUFO

SOLIDARIETÀ A REGOLA D'ARTE

Forbes

NOVEMBRE, 2019

Italia 4,90 euro - CH CT 11,30 CH - Côte d'Azur 9,00 euro - Anno 3 - N° 25 - novembre 2019 - Periodicità mensile - Prima uscita: 31/05/2019
Mensile - Poste Italiane SpA - Spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 1 LO/PI

COVER STORY

La forza del team

BANCHIERI, PROFESSIONISTI, IMPRENDITORI
IL LAVORO DI SQUADRA PORTA AL SUCCESSO

Classifiche

50 storie vincenti
in 10 anni di Facebook

DA SINISTRA: GIORGIO VIO, FEDERICO IMBERT
ED EMANUELE BELLINGERI DI CREDIT SUISSE

PHOTO BY LAILA POZZO



di Luigi Dell'Olio

Imprenditori nei risparmi

Il consulente finanziario deve creare una relazione profonda con il cliente. “Chi si appresta a investire cerca competenza e attenzione ai bisogni”, dice Monica Lanzi, wealth advisor di Banca Mediolanum

S

▼

“Si tratta soprattutto di fiducia. Che si costruisce con il tempo, dimostrando al cliente che si persegue lo stesso interesse, che si è in grado di fornire risposte alle esigenze mutevoli della vita”. Monica Lanzi, wealth advisor di Banca Mediolanum, racconta così la ricetta del successo professionale, che l’ha portata a gestire a Modena e provincia circa 200 clienti con un patrimonio complessivo di oltre 100 milioni di euro. “Chi si appresta a investire i propri risparmi cerca sì competenza, ma anche attenzione, una presenza continuativa al proprio fianco capace di aiutarlo a comprendere fino in fondo i bisogni”, aggiunge. In questo la sensibilità femminile può aiutare a emergere, per quanto la platea dei consulenti finanziari resti composta a stragrande maggioranza da uomini.

Raggiunta a margine di un evento organizzato nel modenese, Lanzi sottolinea l’importanza di organizzare momenti di svago e incontri con la clientela, in modo da creare una relazione



Monica Lanzi, wealth advisor di Banca Mediolanum, gestisce 200 clienti con un patrimonio complessivo di oltre 100 milioni di euro.

capace di andare al di là del solo rapporto tra cliente e professionista. “È la strada maestra per costruire una relazione di lungo corso”, dice. Il focus posto sulla relazione porta la wealth advisor a non temere l’evoluzione tecnologica, da qualche analista considerata una minaccia per i consulenti finanziari. “I robo advisor possono essere un volano per migliorare la qualità del servizio offerto in termini di tempestività e precisione. Ma la sensibilità del professionista resta decisiva”.

Gli incontri sul territorio sono tra i punti qualificanti e tra le leve di relazione e comunicazione che Banca Mediolanum organizza per favorire momenti di

confronto tra manager e i banker della società, clienti e in qualche caso anche altri professionisti come avvocati e fiscalisti per affrontare temi di interesse anche extra-finanziario. Si tratta anche di occasioni in cui presentare l’investment banking della società. “Partita due anni fa, finora ha gestito due quotazioni all’Aim e l’emissione di un minibond”, racconta il direttore Diego Selva. Che aggiunge: “Siamo al lavoro su una ventina di incarichi, comprese alcune operazioni di fusione o acquisizione”.

L’investment banking “aiuta le imprese quando hanno bisogno di finanza straordinaria che sia sul fronte del capitale o su quello del debito a medio termine”, spiega l’ad di Banca Mediolanum Massimo Doris. “Siamo entrati in questo segmento di mercato perché ci siamo resi conto che gli operatori già presenti hanno sede principalmente a Milano, senza un presidio sul territorio. Le imprese, però, sono in tutte le città italiane e Banca Mediolanum grazie ai 4.200 family banker che conoscono già gli imprenditori, posso intercettare più facilmente anche le esigenze legate alle loro aziende”. La sintonia è un aspetto cruciale per Doris. “La nostra è una delle pochissime banche italiane create e gestite da imprenditori. Anche i consulenti finanziari sul territorio lo sono. Questo ci porta a non ragionare mai in ottica di prodotti, ma di guardare ai bisogni del cliente in maniera globale”, conclude. **F**