

# *Il valore condiviso per le imprese e gli stakeholder: quali sono le leve per la sua creazione*

La strategia e l'esperienza di Banca Mediolanum

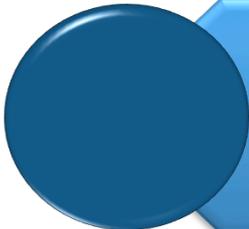
Milano, 3 dicembre 2014

**Gianluca Randazzo**

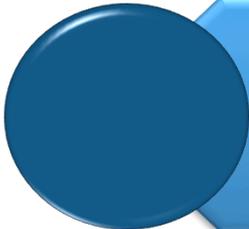
Responsabile Corporate Social Responsibility



I valori



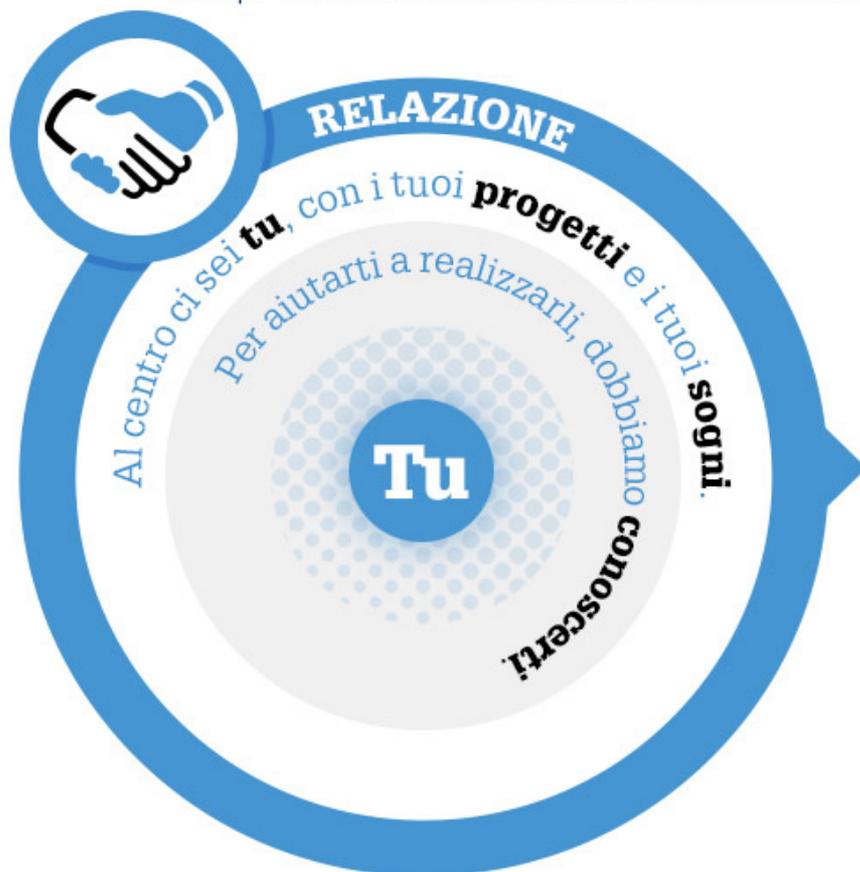
Asset e Bisogni sociali



Creazione di Valore

## I NOSTRI VALORI

Scopri in cosa si traducono, in termini di servizi e vantaggi per te.

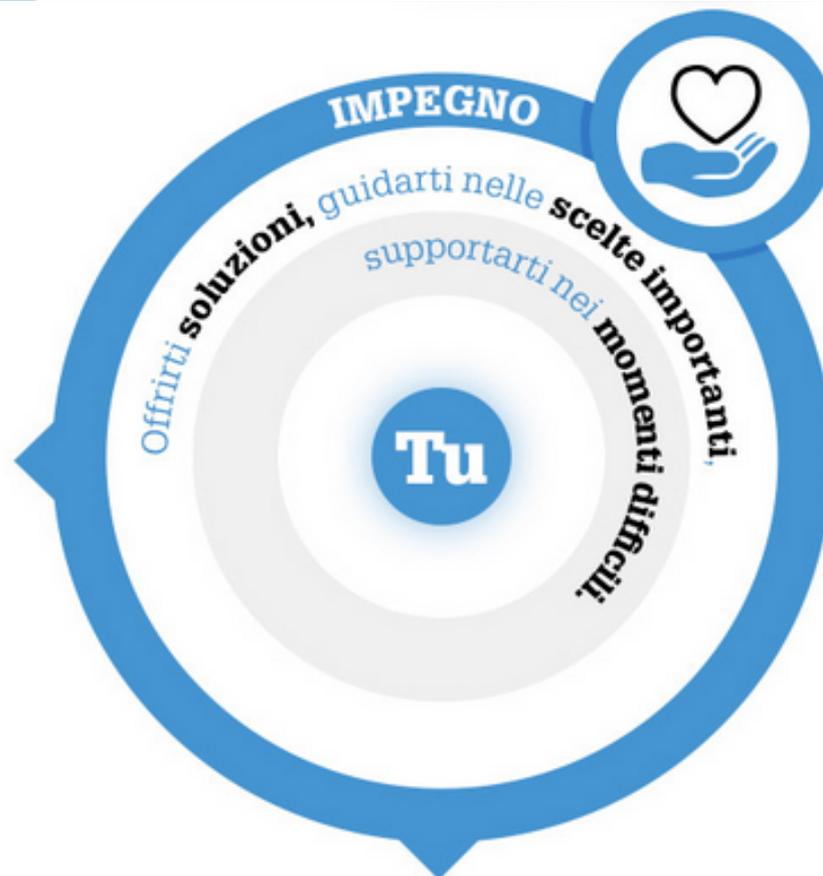


- **Family Banker®**  
il consulente di famiglia che ti ascolta, ti conosce e ti guida in tutte le scelte finanziarie della tua vita.
- **Tool di contatto**  
innovativi e facili da usare, all'interno del sito.
- **Social Network**  
per continuare la conversazione.
- **Banking Center**  
oltre 400 Banking Specialist sempre pronti ad ascoltarti e offrirti il loro supporto esperto.

# I nostri valori

## ⚙ Durante la tempesta sui mercati finanziari del 2008:

- abbiamo ridotto unilateralmente lo spread sui mutui;
- i soci della capogruppo Mediolanum SpA si sono fatti carico delle perdite delle polizze con sottostante obbligazioni Lehman Brothers, garantendo i risparmi dei nostri clienti;
- abbiamo istituito un "Fondo di solidarietà" per i sottoscrittori di mutui, che a causa di grave malattia o infortunio, non avessero più la possibilità di pagare le rate.



## ⚙ Vicini ai nostri clienti e ai nostri Family Banker®

abbiamo sospeso le rate dei finanziamenti dei nostri clienti e collaboratori colpiti da calamità naturali per 12 mesi e azzerato per due anni i costi dei conti correnti.

# I nostri valori



- Home Banking, tool interattivi, social network e App mobile ti permettono di “entrare in banca” dove e quando vuoi.

# I nostri valori

- Sperimenta i vantaggi della multicanalità e la consulenza su misura del Family Banker: “Freedom in Banking” è la nostra mission, da sempre.



# Il modello di Banca Mediolanum

## AL CENTRO, CI SEI TU

Per soddisfare ogni **tua esigenza**, ci siamo fatti in **6**.  
Ecco di cosa parliamo, quando parliamo di **multicanalità**.



# Asset e Bisogni sociali



CSR



LA RELAZIONE PER L'ECCELLENZA



# Creazione di Valore



**Approccio al Cliente**

**Prodotti e Servizi**

**Vicinanza ai Clienti e Collaboratori nei momenti di difficoltà**



LA RELAZIONE PER L'ECCELLENZA

Preservare e diffondere i **valori aziendali**

**Conoscenze e Competenze** dei collaboratori

**Educazione con i Clienti (110)**



**Educare alla libertà**, affinché i **bambini di oggi** possano essere gli **adulti liberi di domani**.

A fianco dell'istruzione di base e la possibilità di **imparare un mestiere** trova spazio la **soddisfazione dei bisogni primari**.

**THANK YOU**

GRACIAS  
ARIGATO  
SHUKURIA  
JUSPAXAR

DANKSCHEEN  
SPASSIBO  
NUHUN  
SNACHALHYA  
CHALTU  
YAQHANYELAY  
TASHAKKUR ATU  
WABEEJA  
MAITEKA  
YUSPAGARATAM  
HUI  
SUKSAMA  
EKHMET  
ATTO  
AUBHA  
DHAHYABAD  
WABEEJA  
MAITEKA  
YUSPAGARATAM  
HUI  
SUKSAMA  
EKHMET  
MERCI  
SPASIBO  
DENKAUJA  
NEMACHALHYA  
UNALCHEESH  
HATUR  
GUE  
EKOJU  
SIKOMO  
MAKETAI

BIYAN  
SHUKRIA  
TINGKI  
MAMETAI  
MINMONCHAR  
BOLZIN  
MERCY

GRAZIE  
MEHRBANI  
PALDIES  
KOMAPSUMNIDA  
MAAKE  
LAH  
MERASTAHY  
GAEJTHO  
GOZAIMASHITA  
EFCHARISTO  
AGUYJE  
FAKAAUE