

# Intervista a Mario Maccanelli della Banca del Gottardo

Autor(en): **Maccanelli, Mario**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Rivista militare della Svizzera italiana**

Band (Jahr): **73 (2001)**

Heft 1

PDF erstellt am: **11.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-247480>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

## Intervista a Mario Maccanelli della Banca del Gottardo

### 1. Il vostro istituto veicola...

Una piccola e banale riflessione a livello matematico, per cui  $1 \times 100$  non è uguale a  $10 \times 10$ . È meglio creare 10 occasioni di contatto con solo 10 potenziali clienti (ma anche potenziali collaboratori, importanti tanto quanto il cliente) piuttosto di pretendere che un unico contatto, rivolto a 100 persone, provochi attenzione e interesse. I nostri interlocutori meritano attenzione sull'arco di tutto l'anno e in molteplici loro attività, anche quella militare..



**Mario Maccanelli è membro di direzione e responsabile del marketing operativo.**

### 2. dovesse un giorno...

Cattedra, formazione professionale, istruzione "on the job" sono nozioni alle quali giornalmente cerchiamo di dare dei contenuti concreti e operativi. Abbiamo appena rielaborato le nostre direttive interne per le sponsorizzazioni, ci siamo chinati anche sulla problematica del finanziamento di cattedre (a dire il vero piuttosto nel settore dell'economia finanziaria). Per il momento abbiamo rinunciato soprattutto considerando la nostra dimensione aziendale di piccola-grande banca. Ma ci sono comunque degli istituti di ricerca a livello medico e culturale che già ora beneficiano di contributi ricorrenti... discreti.

### 3. nelle vostre strategie...

Oltre all'identificazione con il marchio (giallo pantone 129 c, cool grey 7 c), la Banca del Gottardo cerca la fiducia e la comprensione dei clienti, fiducia che deriva più che da un brand aziendale dalla competenza professionale con la quale i nostri collaboratori sanno confezionare su misura servizi e prestazioni finanziari. Anche per noi vale la massima delle pubbliche relazioni: agire bene e solo dopo farlo sapere. Fondamentalmente comunque i settori di comunicazione attiva sono quelli in cui si sentono a loro agio i nostri clienti: golf, equitazione, cultura. Non dimentichiamo il pluriennale e piuttosto singolare impegno della Gottardo in questo campo, anche attraverso una galleria propria.

### 4. l'ufficiale ticinese...

L'ufficiale in generale, non diversamente ad esempio del politico e del giornalista, è un notevole amplificatore di messaggi, per tutte quelle aziende che lo rispettano e che riescono a farsi apprezzare e stimare. Per quanto riguarda la relazione clientelare mi piace ricordare che la Banca del Gottardo, pur agendo con razionalità e seguendo i principi economici dell'efficienza di un istituto votato al private banking, non "classifica" i clienti con meri criteri quantitativi. Al centro c'è l'uomo, e uomo significa, sì patrimonio, reddito, economia, ma anche relazioni, contatti, intermediazioni e potenziale di crescita.

### 5. qual è il messaggio...

Ci piace condividere valori di reciproco rispetto, di impegno personale e di professionalità.