

PARLA PIETRO D'ANZI, GENERAL MANAGER RETAIL

## Non reclutiamo con bonus e benefit

**T**arget numerici non sono previsti, eppure PIETRO D'ANZI, general manager retail di Barclays Grb Italia, rimarca che nei prossimi mesi la rete di promozione è destinata a crescere gradualmente, ma in maniera costante.

*IN ALCUNE INTERVISTE L'EX RESPONSABILE DELLA RETE DEI PROMOTORI DI BARCLAYS, ARCANGELO VINCENZI, AVEVA PRONOSTICATO DI RIUSCIRE A RECLUTARE ENTRO LA FINE DEL 2010 BEN 500 PROMOTORI. A CHE PUNTO È QUESTO PROGETTO?*

«Dal punto di vista delle strategie di reclutamento, la crisi ha rappresentato un importante punto di svolta, determinando, almeno all'interno di Barclays, un atteggiamento meno astratto e più pragmatico, che si è tradotto nel riconoscimento dell'importanza di puntare ancora di più sulla qualità piuttosto che sulla quantità. Seguendo questi principi, e non ponendoci mai sterili obiettivi numerici, abbiamo costruito un team di professionisti preparati, motivati e dal significativo portafoglio, che supera le 200 unità. In ogni caso, se avessimo voluto puntare con decisione sulla leva del reclutamento indistinto, il target di 500 promotori sarebbe stato raggiunto senza problemi. Basti pensare, infatti, che durante i mesi più duri della crisi intere schiere di promotori si sono proposte per entrare a fare parte del team di Barclays, ma proprio per effetto di questo upgrading qualitativo, ne è stato reclutato meno del 30%».

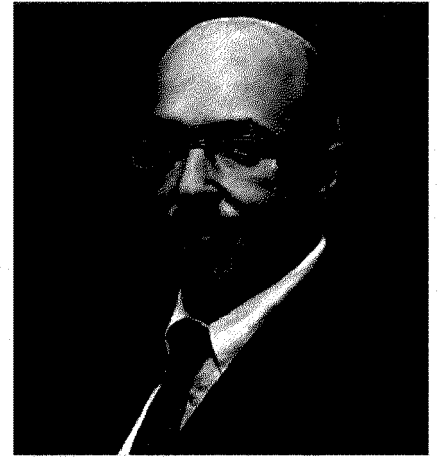
*QUALI CARATTERISTICHE DEVONO AVERE I PROFESSIONISTI DI BARCLAYS?*

«Chiediamo una fortissima competenza, in particolare nella fase di asset alloca-

tion, una grande serietà e una spiccata capacità comunicativa. Inoltre ai professionisti che decidono di accettare la nostra proposta viene richiesto un importante sforzo mentale: devono infatti comprendere che la sopravvivenza e il successo della rete sono indissolubilmente legati alla sostenibilità del progetto. In pratica l'epoca dei ricchi benefit e bonus, così largamente diffusi negli anni passati, si può dichiarare conclusa a vantaggio di un mercato che oggi privilegia chi sa diventare imprenditore di se stesso e vuole crescere gradualmente, creando valore, insieme alla banca».

*GRAZIE A QUALI OFFERTE ALLETTATE I PROFESSIONISTI DELLA CONCORRENZA?*

«Non disponendo di prodotti di casa che generano alti margini e penalizzano i clienti, Barclays non può permettersi d'offrire bonus d'ingresso mirabolanti. Per fortuna, tuttavia, per un numero crescente di candidati denaro e benefit seducenti non sembrano rappresentare più il richiamo irresistibile di una volta. L'offerta di vantaggi reali, quali ad esempio la possibilità di potere realmente abbracciare una filosofia multibrand, senza dovere incappare nei consueti conflitti d'interesse, e la libertà di non avere budget di prodotti prestabiliti da vendere, conquistano giorno dopo giorno sempre più spazio. E in questo senso Barclays dimostra di avere un appeal straordinario: oltre a un brand internazionale e ampiamente conosciuto, i professionisti che decidono di intraprendere un percorso con noi possono infatti attingere liberamente dal mercato i prodotti più adatti al cliente, facendo affida-



PIETRO D'ANZI, GENERAL MANAGER RETAIL

mento su circa 1.000 strumenti d'investimento messi a disposizione dalle più importanti case prodotte del mondo».

*ALL'INTERNO DELLE RETI È DIFFICILE TROVARE GIOVANI E RAPPRESENTANTI DEL SESSO FEMMINILE. QUAL È LA STRATEGIA DI BARCLAYS IN QUESTO SENSO?*

«Anche in questo caso Barclays vuole distinguersi dai competitor: da tempo consideriamo i giovani e le donne come una linfa vitale capace di portare innovazione nel settore, per conquistare fette di mercato e porre le basi per la crescita e il rinnovamento futuro. La cultura di Barclays prevede che la diversità venga valorizzata e non penalizzata, senza discriminazione di genere o di età. E tale affermazione è vera anche a livello di gruppo, dove per esempio sono tre le donne ai vertici con posizioni di assoluto rilievo. Non dimentichiamo poi che Barclays è stata la prima banca a introdurre nel 1958 la figura del branch manager donna in Uk».