

Advisor: le campagne di reclutamento/2

MATTONI E POLIZZE PER CONSULENTI TOP

Dai 3.500 professionisti del mattone ai 2.500 che venderanno previdenza. I "big" svelano i piani di arruolamento e nel 2007 puntano molto sulle donne.

di Marcella Persola

Assicuratori, intermediari e mediatori, figure professionali sempre più di moda e sempre più ricercate anche in considerazione del fatto che le tre attività nel futuro saranno sempre più collegate.

CERCHIAMO IMPRENDITORI
Forti di bilanci di reclutamento positivi le reti di franchising

immobiliare si apprestano a cercare circa 3.500 agenti immobiliari per il prossimo anno. Almeno per quanto riguarda i principali network che hanno partecipato all'inchiesta svolta da **ADVISOR (Professione-casa, Grimaldi Franchising Immobiliare, Fondocasa, RE/MAX Italia, Gabetti Property Solution e Tecnocasa)**. E se Tecnocasa sottolinea che preferisce l'inserimento di figure junior, perché tale logica è alla base della strategia di sviluppo del gruppo, dall'altro lato Gabetti privilegia sicuramente l'inserimento di figure con un buon background professionale. Fondocasa sottolinea di puntare più alla qualità degli intermediari piuttosto che alla quantità; RE/MAX invece precisa che proseguirà con gli eventi "Career night", serate informative che spiegano i plus e le opportunità offerte dal gruppo. «L'anno scorso abbiamo organizzato con successo due eventi nazionali che hanno toccato circa 25 città italiane con la partecipazione di quasi 1.000 persone e per il prossi-

mo anno contiamo di organizzare 3 o 4 eventi» precisa **Riccardo Bernardi**, responsabile servizio affiliati RE/MAX Italia. Anche Professionecasa cercherà di differenziare la propria campagna di reclutamento. «Abbiamo realizzato uno spot dedicato alla ricerca di personale. Da inizio 2007 sarà reso disponibile all'intero network che potrà programmarlo sui mezzi locali tutte le volte che ci saranno ricerche di personale in zone specifiche» racconta **Fabio Guglielmi**, presidente di Professionecasa. Mentre Grimaldi Franchising per voce dell'amministratore delegato sottolinea di privilegiare gli incontri vis à vis. «Stiamo progettando una fitta serie di incontri in giro per l'Italia. Vogliamo incontrare di persona gli agenti immobiliari per spiegare i vantaggi di un franchising tradizionale come il nostro» sottolinea **Bruno Vettore**. E se i gruppi si distinguono nel processo di selezione, dal punto di vista degli skills invece sembrano tutti concordare. I nuovi reclutati dovranno es-

sere intraprendenti, abituati a ragionare in un'ottica imprenditoriale, predisposti ai rapporti interpersonali e naturalmente capaci di gestire la clientela e dalla forte credibilità territoriale.

SPAZIO AI NEOLAUREATI

Dal fronte mediatori creditizi bilancio positivo in merito alle politiche di reclutamento avviate nel 2006 e volontà di inserire nuove figure, si parla di 1.200 consulenti, anche già professionalizzate nel 2007, senza trascurare i giovani. I gruppi **Kiron** ed **Epicas**, del gruppo Tecnocasa, preferiscono puntare su figure di neolaureati in discipline economiche; mentre **Rexfin** pensa di sviluppare la propria rete puntando su figure già professionalizzate.

«Per il 2007 ci concentreremo soprattutto sullo sviluppo della rete e sul reclutamento di figure già professionalizzate da inserire nei punti vendita» commenta **Enrico Quadri**, amministratore delegato di Rexfin. Non pone distinzione invece

Systema Group che sottolinea di riservare maggiore possibilità di inserimento alle figure junior; mentre **Mavrefin** affiderà alle figure già professionalizzate progetti e ruoli di crescente responsabilità. Anche

ISI Financial, società attiva nell'intermediazione di prodotti finanziari, punterà a inserire circa 200 nuovi agenti privilegiando tra le figure già con expertise, quelle attive nel settore dei mutui.

E nel 2007 ci sarà sempre più attenzione verso le donne. Dall'inchiesta condotta emerge infatti che molti network hanno reclutato e intendono reclutare personale femminile. «Le donne sono ottime consulenti, spesso più degli uomini, per la loro capacità di sentire le esigenze del cliente. Per questo partecipano attivamente nella nostra struttura sia come mediatori, sia come analiste del credito» chiosano da **Capital Money**.

In ogni caso rappresentano delle figure di riferimento e in alcune società, come Mavrefin, rappresentano circa il 50% del personale.

Niente Intesa ai mediatori

Agenti immobiliari sì, mediatori creditizi no. **Banca Intesa**, in controtendenza rispetto agli altri istituti bancari, preferisce non avvalersi dei mediatori creditizi. Fonti a noi vicine confermano che tempo fa all'interno del gruppo è circolata una nota che invitava tutti i direttori di filiali e gli intermediari, oltre a prestare molta attenzione alla valutazione delle istruttorie di mutuo, a non sottoscrivere accordi diretti con i network di mediazione creditizia, accusati di non rappresentare un valore aggiunto. Invece, si sottolineava di proseguire gli accordi strategici con gli agenti immobiliari, questi sì in grado di apportare valore aggiunto. Da Banca Intesa preferiscono non commentare, ribadendo che con il mese di gennaio, nella fase post-fusione, tutto potrebbe cambiare. Anche la strategia distributiva.

MA C'È CHI FA CRESCERE LE RISORSE INTERNE

Dal fronte assicurativo occhi puntati sul fronte previdenziale. Le compagnie ricercano circa 2.500 consulenti. Una grande opportunità potrebbe derivare dalla consulenza al futuro pensionistico delle famiglie. E' su questo aspetto che punta **EurizonVita**, società di assicurazioni Vita di Eurizon Financial Group, che ha avviato dallo scorso novembre il reclutamento di risorse per la costruzione di una rete distribuita su diversi canali. «La nuova rete prevederà due tipologie di figure: manager di rete e consulenti previdenziali» afferma **Marco Casu**, direttore generale di EurizonVita. «I consulenti previdenziali avranno il compito di contattare i potenziali clienti, valutare insieme i bisogni previdenziali di protezione e di investimento e scegliere insieme con il cliente il piano previdenziale più idoneo tra una gamma di prodotti innovativi». **Alleanza Assicurazioni** invece intende far crescere internamente le proprie risorse valorizzando chi lavora già nel

gruppo. Inoltre «le novità normative richiedono di attrarre e inserire persone che per formazione di base, motivazione, inclinazione all'attività abbiano il potenziale per diventare consulenti qualificati e altamente professionali» precisa dalla società guidata da **Ugo Ruffolo**. Valorizzare le risorse interne è anche l'imperativo di **Ina Assitalia** che si pone come obiettivo quella di reclutare figure junior in modo tale che il più possibile possano crescere e sviluppare le loro competenze all'interno dello "spirito" e dei valori propri del gruppo. **Assicurazioni Generali**, invece, i cui agenti che ricevono mandato dalla compagnia non vengono normalmente reclutati sul mercato del lavoro e dalla concorrenza, ma scelti nelle fila dell'organizzazione produttiva dipendente della compagnia, considera fondamentale che le risorse della rete commerciale siano inserite in un percorso di sviluppo professionale ad hoc. Questo perché la struttura del percorso garantisce al gruppo un tasso di turnover degli agenti tendente allo zero, proprio per l'alta professionalità e fedeltà dagli agenti acquisita negli anni di formazione. Proprio per questo motivo anche per il 2007 il target di riferimento del gruppo sono neolaureati disposti a confrontarsi con un mercato competitivo ed esigente, che richiede flessibilità e intraprendenza. ■

I grandi network si muovono: ma più che la quantità dei nuovi ingressi, conta la qualità. Grande sfida: costruire l'offerta per il decollo delle pensioni integrative.

Immobiliare & recruiting



Bruno Vettore, Grimaldi Franchising



Riccardo Bernardi, Re/Max Italia



Enrico Quadri, Rexfin

Assicurazioni & recruiting



Giovanni Perissinotto, Assicurazioni Generali



Marco Casu, EurizonVita



Ugo Ruffolo, Alleanza Assicurazioni