

# UNA BANCA SU MISURA A DISPOSIZIONE IN QUALSIASI MOMENTO



CREDINVEST ASPIRA AD UN FUTURO IN CUI NON SOLO SODDISFA MA SUPERA LE ASPETTATIVE DEI PROPRI CLIENTI, CONTRIBUENDO POSITIVAMENTE ALLA COMUNITÀ E AL TERRITORIO, RIMANENDO UNA REALTÀ STIMOLANTE IN PRIMIS PER I PROPRI DIPENDENTI. LA BANCA DESIDERA CONCLUDERE QUESTO ANNO MANTENENDO LE PROPRIE PROMESSE, PUNTANDO A RAFFORZARE LA STABILITÀ FINANZIARIA E A COSTRUIRE UN'IDENTITÀ RINOMATA CHE INCARNI FIDUCIA E COMPETENZA. TRASPARENZA, AFFIDABILITÀ E CRESCITA SOSTENIBILE GUIDERANNO I PROSSIMI ANNI.

**I**nnovativa, dinamica, dedicata. Banca Credinvest è una banca svizzera indipendente costantemente impegnata ad ascoltare i bisogni dei suoi clienti e a condividere competenze e informazioni; accompagna il cliente nella ricerca di soluzioni finanziarie personalizzate, garantendo in maniera rapida e accurata un servizio di eccellenza. La posizione patrimoniale solida e il controllo automatizzato

dei rischi, effettuato con un'infrastruttura tecnologica all'avanguardia, si uniscono a una gestione giovane e intraprendente, proiettata su programmi di crescita e sviluppo a lungo termine. Oggi la sfida è creare una realtà che sappia contraddistinguere nel mercato in maniera dirompente. Un'offerta olistica su misura per clienti privati e istituzionali. L'obiettivo è quello di trasferire e trasformare i valori e l'i-

dentità della banca in possibilità di crescita sotto ogni punto di vista (non solo meramente lato finanziario) per ciascun stakeholder.

Il personale è l'asset chiave. Viene riconosciuta a pieno l'importanza di attrarre e trattenere i migliori talenti per raggiungere gli obiettivi strategici. La strategia di acquisizione dei talenti è stata concepita per garantire l'inserimento delle persone corrette nei ruoli giusti, promuovendo una cultura di eccellenza, innovazione e crescita continua. Per i ruoli medio-alti, si ricercano talenti dal mercato e dai concorrenti, con un'esperienza senior in ruoli simili. Il nostro approccio alle assunzioni per queste posizioni prevede un attento processo di selezione, che non valuta unicamente le competenze tecniche e le esperienze professionali, ma si allinea anche ai principi e al patrimonio intellettuale del team. Ciò richiede una profonda conoscenza del mercato e la capacità di identificare persone in grado di guidare gli obiettivi strategici, dimostrare leadership e contribuire alla cultura aziendale collaborativa, che è l'essenza di Credinvest. Per i ruoli entry-level e mid-level, si cerca di individuare neolaureati provenienti dalle migliori università come l'Università della Svizzera italiana (USI), l'Università di San Gallo, l'Università Commerciale Luigi Bocconi e l'Università Cattolica del Sacro Cuore. I candidati devono essere in possesso di un diploma di laurea magistrale, una solida base educativa e una buona padronanza delle lingue. I piani si traducono in azioni. Dunque, l'impegno con le università e la partecipazione attiva alle loro piattaforme online e offline; la condivisione e il dialogo tra top management e personale (struttura bottom-up); supporto di coaching/mentoring attraverso esperti esterni impegnati direttamente con il management e i dipendenti; rivisitazione del modello di valutazione del ciclo centrale per includere le ambizioni di crescita personale (compresa la formazione) e gli obiettivi aziendali; sessioni ed eventi di team bu-



ilding per rafforzare l'unità e l'appartenenza al gruppo; programmi di ricompensa non tradizionali, che tengano conto di un approccio proattivo e di un forte spirito di iniziativa.

Un aspetto decisivo nel processo di miglioramento della reputazione del nome è il mantenimento delle promesse. Vi è assoluta consapevolezza che la reputazione dipende dalla capacità di soddisfare costantemente le aspettative dei clienti e di fornire servizi e prodotti di qualità. Si collabora con aziende che condividono i medesimi valori. Scegliere partnership di valore consente di creare programmi strategici e fare la differenza rispetto ai concorrenti. Le banche al giorno d'oggi offrono servizi molto simili e i clienti o potenziali clienti hanno un tempo assai complesso per differenziare i vari istituti finanziari. Con l'intenzione di offrire servizi di nicchia di alta gamma attraverso banche terze, vi è l'attenzione in Credinvest a selezionare partner affidabili. In un mondo finanziario in continuo cambiamento e in una società liquida come quella odierna, diviene ancora più difficile sopravvivere ed emergere all'interno del settore bancario. Princi-

pi solidi, pensiero strategico, creatività e spirito innovativo sono gli ingredienti base per Credinvest al fine di coinvolgere il pubblico a cui si rivolge ogni giorno. È innegabile che, per massimizzare le proprie opportunità, i social media e i canali digitali rappresentano oggi un grosso strumento. Investendo in settori quali la digitalizzazione e la crescita dell'organico si mira a migliorare l'efficienza, a ridurre i costi e a promuovere lo sviluppo economico e sociale nella sua totalità. La presenza di un magazine nel sito web con contenuti di alta qualità ha una funzione informativa e didattica oltre che a fungere da pilastro per dimostrare le competenze nel settore finanziario e stringere relazioni più forti con l'audience di riferimento. Vengono selezionate alcune delle tematiche attuali nel mercato o le preoccupazioni più espresse dai clienti e trasformate in articoli utili e facilmente fruibili. Come è possibile dedurre, si offre una customer experience che va oltre la semplice lettura dell'andamento del portafoglio. In concreto, questo è già stato messo in atto e sarà svolto costantemente nei prossimi mesi e negli anni avvenire.



Dunque, pubblicazione di articoli di educazione finanziaria sul blog; incontri informativi con colazione di network rivolti ai clienti interni e ai gestori patrimoniali esterni; tavole rotonde con imprenditori locali per confrontarsi e discutere della situazione del mercato finanziario; creazione di una rete per facilitare l'incontro tra professionisti appartenenti a dimensioni diverse, con lo scopo di trovare nuove idee per spingere il mercato svizzero unendo le forze e le competenze; serate ludiche personalizzate, pertinenti e tempestive rispetto agli interessi e alle passioni della clientela attuale/prospect; collaborazioni con realtà che come Credinvest investono nell'arte in quanto mezzo di conoscenza, comunicazione e investimento prezioso; impegno su LinkedIn per veicolare tutte le attività della banca, incluse quelle di social banking mediante l'individuazione, il finanziamento e la promozione di iniziative che possano avere un impatto sociale positivo; campagne di video marketing per andare oltre la dimensione testuale, spesso non sufficiente a mostrare il lato umano e la fedeltà delle persone a cui ci si rivolge; sponsorizzazione di giovani talenti internamente attraverso progetti con le università del territorio e esternamente attraverso la sponsorizzazione di giovani sportivi, che stanno scrivendo la propria carriera in giro per il mondo grazie a sacrifici e dedizione continua. Credinvest ha chiara la sua visione nel lungo termine: valorizzare la customer satisfaction; migliorare l'offerta esistente e implementare nuovi servizi nonché business paralleli; promuovere sempre di più l'interazione tra il top management e tutti gli stakeholders della banca; crescere in termini di numeri e persone con l'ottica di rispondere sempre di più ai bisogni manifestati dalle varie controparti con le quali ci si interfaccia, controparti che devono essere individuate con cura e attenzione. Prodotti, pricing, distribuzione, comunicazione e cultura: cinque punti cardine sui quali Banca Credinvest porrà il proprio focus. [W](#)