



*La guida
ai mercati finanziari*

FINANZA

LEAN BANKING

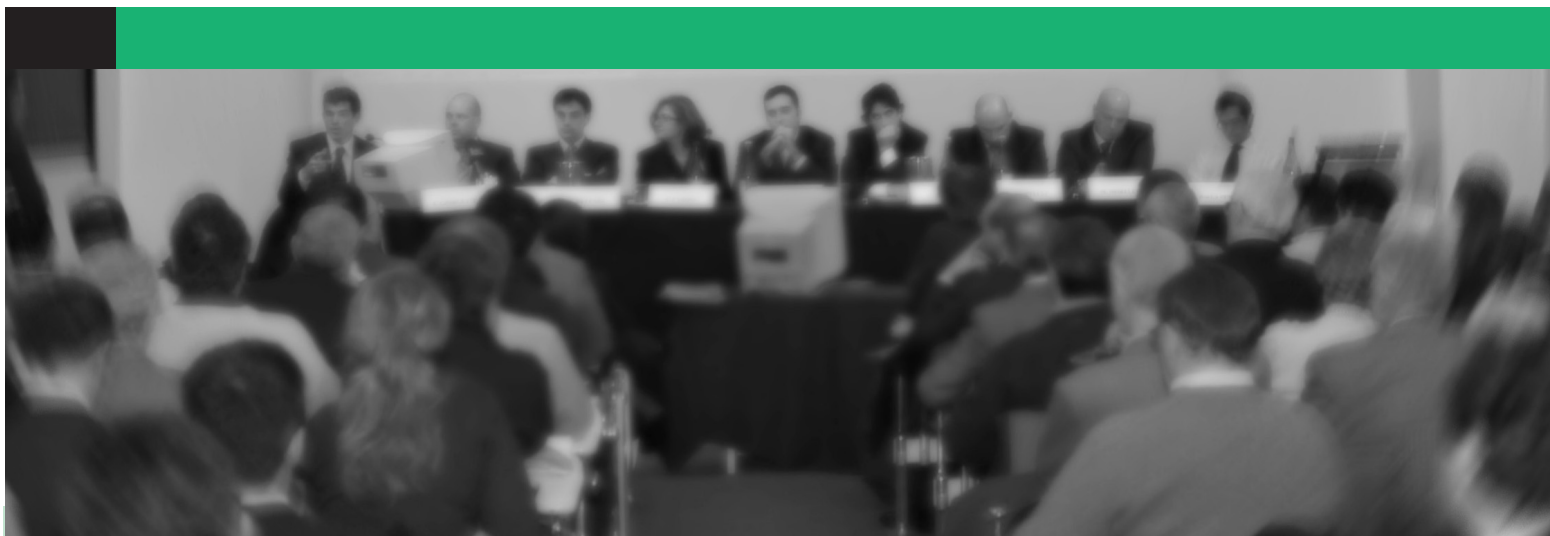
TEORIA E PRATICA
SU COME INTRODURRE IN BANCA
LE METODOLOGIE PRODUTTIVE
CHE HANNO RESO FAMOSA LA TOYOTA

Milano
15 novembre 2006
The Westin Palace Hotel

CONVEGNO CONVEGNO

PARTECIPANO

ABN AMRO - BANCA ANTONVENETA, DIALOGICA, EGON ZEHNDER INTERNATIONAL,
ING, MCKINSEY & COMPANY, MILLENNIUM BCP, NORDEA, SANPAOLO IMI, UNICREDIT BANCA,
UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE



MF
CONFERENCE

MF Conference

via Burigozzo, 5 - 20122 Milano - **NUMERO VERDE 800.822.195** - fax 02.58.219.452/568

e-mail: mfconference@class.it - www.mfconference.it

LEAN BANKING

TEORIA E PRATICA
SU COME INTRODURRE IN BANCA
LE METODOLOGIE PRODUTTIVE
CHE HANNO RESO FAMOSA LA TOYOTA

MILANO
FINANZA

Milano
15 novembre 2006
The Westin Palace Hotel

PRESENTAZIONE

L'industria bancaria ha sviluppato una moltitudine di modelli organizzativi e distributivi, ma finora non ha affrontato compiutamente una **scientifica industrializzazione delle attività di vendita e di servizio**, prassi invece ormai consolidata in altri settori.

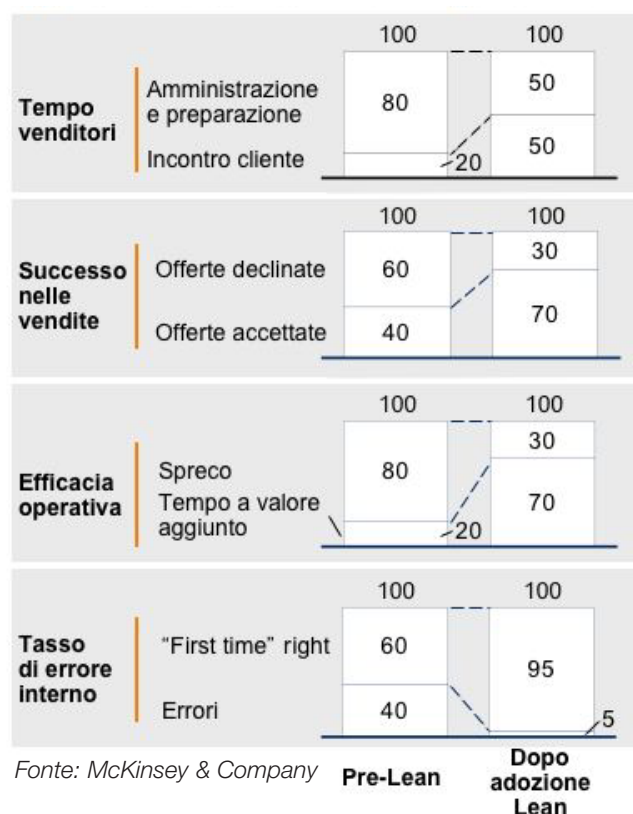
La mancata "industrializzazione" dell'operatività bancaria è all'origine di alcuni sintomi comuni e facilmente riscontrabili:

- le attività amministrative/di servizio a valore aggiunto sono pari soltanto al 15-25% delle attività totali, spesso a causa di una progressiva stratificazione di interventi organizzativi, normativi e informatici;
- il tempo dedicato alla vendita con il cliente "di fronte" è pari solo a una piccola frazione del tempo totale disponibile in filiale e l'iniziativa commerciale delle risorse di filiale è poco valorizzata;
- i tempi di servizio sono lunghi e imprevedibili con la conseguenza che la "customer experience" risulta non ripetibile e non gestita oppure semplicemente lasciata alla buona volontà del personale di filiale;
- la produttività è estremamente variabile da soggetto a soggetto (oppure da filiale a filiale); questo implica che le unità produttive vengono dimensionate "sul picco" - per garantire un livello di servizio accettabile - con un'inefficienza strutturale nei periodi normali;
- le disomogeneità di comportamento operativo creano rischi difficili da controllare e la gestione embrionale del rischio operativo stesso determina solitamente un appesantimento dell'operatività.

Negli ultimi 2 anni oltre **25 gruppi bancari europei** hanno sperimentato il **Lean banking** con grande **successo**, all'interno di programmi di ampia **trasformazione strategica** e in congiunzione con l'utilizzo di leve più tradizionali quali l'outsourcing, la centralizzazione delle attività amministrative e l'informatica.

Il convegno organizzato da **MF/Milano Finanza** vuole approfondire le tecniche di industrializzazione che, affondano le loro radici nell'ambito della produzione industriale ma opportunamente adattate all'industria dei servizi bancari, hanno dimostrato **potenzialità** incredibilmente superiori ai tradizionali interventi di ridisegno dei processi effettuati nel passato dalle banche, attraverso un confronto anche con alcune banche nazionali ed estere che hanno investito in modo significativo nell'applicazione di queste tecniche.

Esempio di applicazione del Lean Banking alle Filiali



INTERVENGONO

ABN AMRO - Banca Antonveneta
Dialogica
Egon Zehnder International
ING
McKinsey & Company
Millennium BCP
Nordea
Sanpaolo IMI
UniCredit Banca
Università Cattolica del Sacro Cuore

DESTINATARI

Responsabile Operations, Responsabile IT, Responsabili Reti, Responsabile Human Resource, Responsabile Back Office, Responsabili Marketing, Amministratori Delegati, Direttori Generali, Responsabili Commerciali, Responsabili Area Retail, Direttori Personale, Consulenti

LEAN BANKING

TEORIA E PRATICA
SU COME INTRODURRE IN BANCA
LE METODOLOGIE PRODUTTIVE
CHE HANNO RESO FAMOSA LA TOYOTA



Milano, 15 novembre 2006 - The Westin Palace Hotel

Moderatore: Giornalista, **MF/Milano Finanza**

PROGRAMMA

9.00 Registrazione dei partecipanti e welcome coffee

9.20 Apertura dei lavori a cura del moderatore

9.30 **Il Lean Banking: cosa significa e quali opportunità offre**

- Perché il Lean è importante per le banche
- Cosa c'è di innovativo rispetto alle metodologie tradizionali
- Come introdurre il Lean nelle banche

Corrado RUFFINI, Director, **McKinsey & Company**

10.00 **ROLE PLAY**

Capire i concetti del metodo Lean attraverso una simulazione di linee di produzione con i partecipanti

11.15 Coffee break

11.30 **L'allineamento Banca/Cliente al centro della organizzazione snella**

- I bisogni dei clienti e i bisogni interni: un incontro problematico
- Customer e employee engagement
- Il ruolo del cliente: casi

Matteo TESTORI

Amministratore Delegato, **Dialogica**
Professore, **Università Cattolica del Sacro Cuore**

12.00 **Come applicare l'approccio Lean ai processi produttivi bancari**

- Perché ING ha avviato il programma Lean
- Il progetto pilota, i risultati e le implicazioni
- Il piano di implementazione e il cambiamento culturale

Dick KERKVLIT

Responsabile Programma Lean, **ING**

12.30 **Finanziare la crescita recuperando efficienza sulle filiali**

- Snellire l'operatività di servizio in filiale con le tecniche Lean
- Impostare un programma complessivo di trasformazione trasversale
- Gestire in modo ottimale il riutilizzo di capacità liberata

Vittorio BODOYRA

Responsabile Sviluppo Organizzativo e Programma Lean, **Sanpaolo IMI**

13.00 Colazione di lavoro

14.30 **Progetto Optimo: ottimizzazione dei processi del network commerciale**

- L'utilizzo delle tecniche Lean per il ridisegno strutturale dei processi
- Approcci e metodi per un intervento in tempi ristretti

Igor BAILO, Responsabile Progetto Lean
ABN AMRO - Banca Antonveneta

15.00 **Lean in Nordea**

- Lean: how we understand it
- How Nordea has been applying lean in practice
- Key learning points and success factors

Jarle HAUG, Head of Lean Banking, **Nordea**

15.30 **Commercial and operational industrialization: a journey towards efficiency**

- Objectives and methodological approach
- Specific initiatives under implementation
- Results achieved and lessons learned
- Challenges going forward

Paulo AMARAL

Responsabile del Programma Lean M3
Millennium BCP

16.00 **Lean Processes e cambiamento della cultura gestionale**

- Il nuovo paradigma: dal controllo alla partecipazione
- Manager nuovi e "rinnovati"

Stefano SCARPA

Partner
Egon Zehnder International

16.30 **È Semplice Risparmiare Tempo: come cambia la relazione cliente-banca**

- Gli obiettivi: migliore qualità del servizio e maggiore focalizzazione commerciale
- Le principali iniziative sviluppate
- I risultati raggiunti: maggior fidelizzazione e redditività dei clienti
- Le prospettive dei canali evoluti

Marco VAGNERINI

Responsabile Progetto Migrazione Canali Evoluti
UniCredit Banca

17.00 Spazio riservato alle domande del pubblico

17.30 Conclusioni e chiusura dei lavori

Per gli interventi in lingua è previsto il servizio di traduzione simultanea

LEAN BANKING

TEORIA E PRATICA
SU COME INTRODURRE IN BANCA
LE METODOLOGIE PRODUTTIVE
CHE HANNO RESO FAMOSA LA TOYOTA

MILANO
FINANZA

INFORMAZIONI

MODALITÀ D'ISCRIZIONE

Si prega di inviare la scheda sottostante a:

MF Conference

Via Burigozzo, 5 - 20122 Milano

NUMERO VERDE 800.822.195

fax 02.58.219.452/568

E-mail: mfconference@class.it

L'iscrizione si intende formalizzata solo al ricevimento della scheda debitamente compilata e sottoscritta per accettazione.

MODALITÀ DI PAGAMENTO

Il pagamento può essere effettuato inviando l'assegno all'indirizzo suindicato insieme alla scheda di iscrizione, con bonifico bancario intestato a MF Conference (Banca Popolare di Bergamo Spa Fil. 050 Milano, ABI 05428 CAB 01601 C/C 000000032114 - Cin J) o il giorno stesso della conferenza presso la segreteria organizzativa. A ricevimento della scheda, con relativo pagamento, sarà inviata fattura quietanzata intestata secondo le indicazioni fornite.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

La quota di partecipazione al convegno è di € **850,00** + IVA 20%. La quota di partecipazione comprende il coffee bre-

ak, la colazione di lavoro e la documentazione relativa ai lavori consegnata dai relatori entro i termini stabiliti per la stampa. Per offerte particolari relative a **partecipazioni multiple** si prega di contattare la segreteria al numero 02.58219.448.

DISDETTE E RIMBORSI

Con la ricezione da parte nostra della scheda di iscrizione il contratto è stipulato. Ogni disdetta dovrà pervenire presso i nostri uffici a mezzo lettera o telefax. Nessun rimborso sarà effettuato per disdette che non siano pervenute almeno sette giorni lavorativi prima dell'inizio della conferenza indipendentemente dalla data di iscrizione. **Qualora si sia scelto quale metodo di pagamento la consegna di assegno il giorno della conferenza, in caso di mancata o parziale partecipazione alla stessa l'importo sarà comunque dovuto.**

DATA, LUOGO E ORARIO

Milano, 15 novembre 2006

The Westin Palace Hotel

Piazza della Repubblica, 20

Tel. 02.63361

Orario: 9:00-17:30

Scheda di iscrizione

LEAN BANKING

Dati per la fatturazione

Nome _____

Cognome _____

Funzione _____

Società/Ente _____

Settore _____

p. Iva/cod. fisc. _____

Indirizzo _____

Città _____

Cap _____ Prov. _____

Tel. _____

Fax _____

e-mail _____

Data _____

Modalità di pagamento:

Bonifico bancario (di cui allego copia)

Assegno bancario intestato a MF Conference da consegnare alla segreteria

N.B. Con la ricezione da parte nostra della scheda di iscrizione il contratto è stipulato. Ogni disdetta dovrà pervenire presso i nostri uffici a mezzo lettera o telefax. Nessun rimborso sarà effettuato per disdette che non siano pervenute almeno sette giorni lavorativi prima dell'inizio della conferenza indipendentemente dalla data di iscrizione. **Qualora si sia scelto quale metodo di pagamento la consegna di assegno il giorno della conferenza, in caso di mancata o parziale partecipazione alla stessa l'importo sarà comunque dovuto.**

Ai sensi dell'Art. 1341 C.C. approvo espressamente la clausola relativa alla disdetta.

Firma _____

Timbro _____

Ai sensi dell'art. 13 del D.lgs 196/03 "Tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento personale dei dati personali", MF CONFERENCE S.r.l. e SIRMI S.p.A. La informano che i dati da Lei forniti saranno utilizzati esclusivamente per permetterLe di partecipare all'evento e/o, in caso di Suo consenso, per finalità di invio di materiale informativo e promozionale e/o per la loro comunicazione alle società del Gruppo Class e/o agli sponsors dell'evento. I dati non verranno diffusi e potranno essere trattati da soggetti interni e/o esterni alla società nella loro qualità di Incaricati e/o Responsabili del trattamento. Lei potrà esercitare i diritti previsti ex art. 7 del D.lgs 196/03, rivolgendosi ai Titolari del trattamento: MF CONFERENCE s.r.l. Via Marco Burigozzo, 5 20122 Milano e SIRMI S.p.A. Piazza Castello, 4 - 20121 Milano

Segnali con una X se autorizza il trattamento dei Suoi dati per finalità di marketing da parte di MF CONFERENCE s.r.l. e delle società del Gruppo Class, di SIRMI S.p.A. e degli sponsors.

Autorizzo Non autorizzo

br

Firma _____

Compilare e inviare via fax al n. 02.58.219.452/568