

Quale consulenza, quale education, quale consulente

*Intervento di Eumetra MR al convegno ASCOSIM
«L'educazione finanziaria e la protezione degli investitori»*

Roma, 13 giugno 2017

Tradizionalmente l'educazione finanziaria dell'investitore italiano è stata una sorta di dialettica fra..

Cultura
tradizionale del
risparmio e
della prudenza
(medio-alta)



Moderna
Financial
literacy
(medio-bassa)

A questa dialettica tradizionale si aggiunge ...

LA DISCONTINUITA'

In modo strisciante siamo fortemente cambiati negli ultimi 10 anni con una accelerazione di cui non sempre ci rendiamo conto...

«Molta minore attenzione ai prodotti ed ai linguaggi tecnici, in tutti i settori, molta più centratura delle persone sul proprio progetto di vita...»

LA DISCONTINUITA' GENERA NUOVI PROGETTI DI VITA : «BENESSERE ARMONICO»

1. condurre una vita sana di corpo e di mente

(Sostenibilità sociale)



2. auspicare un futuro di tranquillità sociale e relazionale

(Sostenibilità culturale)



3. concedersi relax in un contesto ambientale meritevole

(Sostenibilità ambientale)



4. auspicare un futuro di tranquillità economica

(Sostenibilità economica)



La «finanza» è un grado di parlare a questo sistema di valori, oggi?

Il cambiamento del consumatore, anche finanziario, si misura concretamente nelle decisioni di investimento, risparmio e consumo.

Il denaro viene accumulato, si cerca di non spenderlo inutilmente, ma non viene nemmeno investito, quanto potrebbe (e dovrebbe)...

Visco (Banca Italia): *«Resta elevato il peso di circolante e depositi (bancari e postali), ridottisi fino al 20 per cento del complesso delle attività all'inizio degli anni duemila, ma cresciuti nuovamente negli ultimi anni fino a poco più del 30 per cento (**1.300 miliardi di euro**), una quota simile a quella registrata alla fine degli anni Ottanta del secolo scorso...»* (Sole 24 ore – 31 marzo 2017)

Oggi, la finanza, con il suo gergo tecnico, è meno appassionante e motivazionalmente «scentrata» rispetto ai bisogni e linguaggi delle persone, tanto più quelle evolute

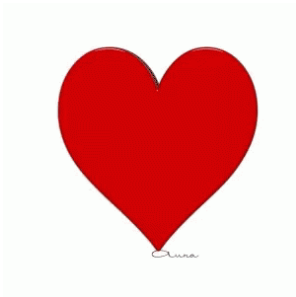
Il tema dunque della relazione «domanda-offerta» nel nostro mercato si sposta ad un livello più alto.

Non è solo educazione,
è un problema di «connessione» con il mercato

oggi per farsi ascoltare bisogna centrarsi con le nostre proposizioni molto di più sul benessere delle persone, sui loro interessi e linguaggi...



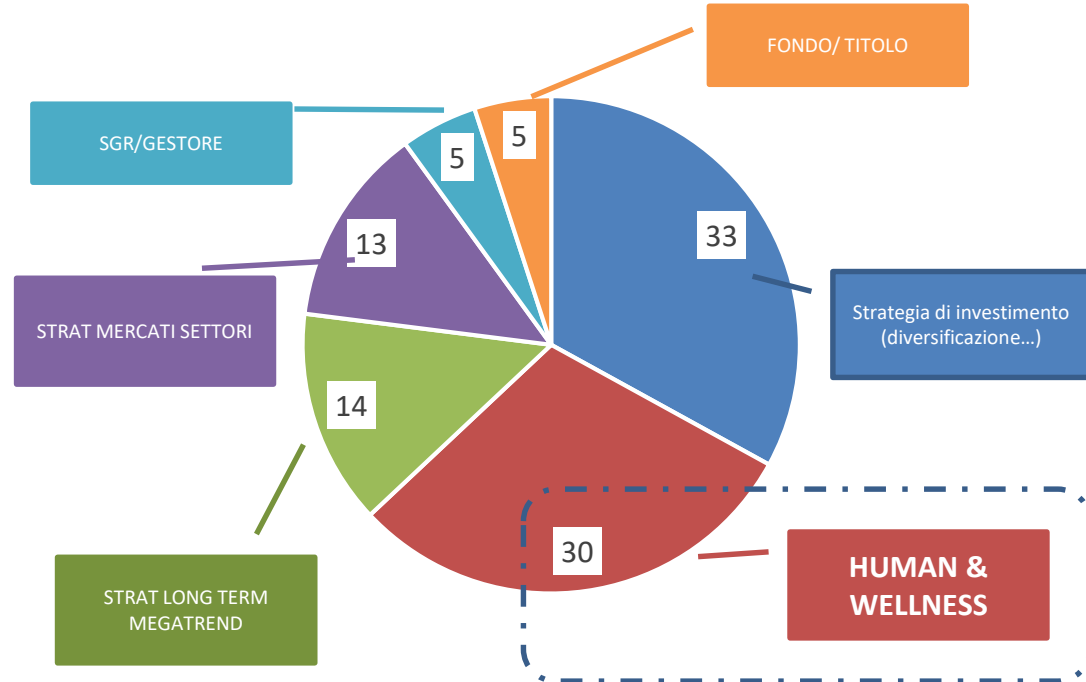
Non è un caso che buona parte della comunicazione finance sia oggi « Human, calda e relazionale»...



Ma le nostre proposizioni concrete stanno seguendo quanto dice la comunicazione?

I consulenti finanziari iniziano ad accorgersene e ad usare narrazioni ed approcci sulla vita delle persone, assieme a quelli classici...

Fatto 100 le narrazioni che oggi funzionano per i consulenti, **IL 30 % RIGUARDA LE PERSONE**, Il 70% la nostra classica toolbox finanziaria...



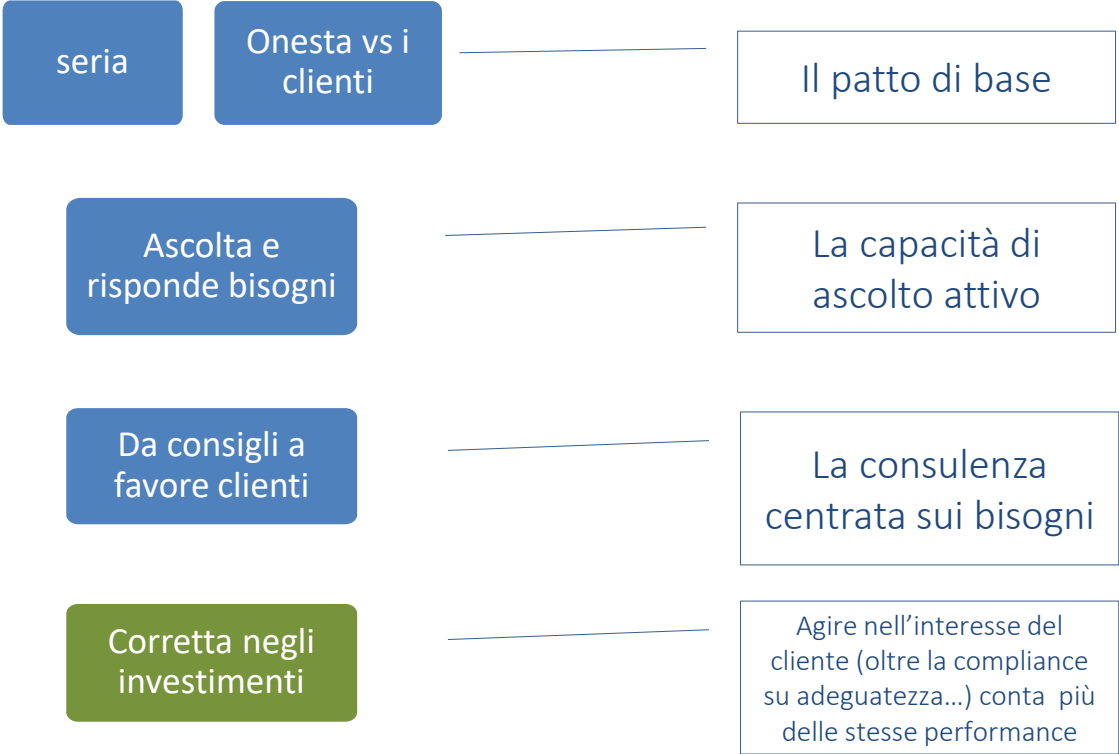
La proposizione finanziaria (consulenza, approcci, strumenti, etc) sembra dunque avere ancora ampi margini di miglioramento per connettersi al cambiamento della domanda...

PER L'EDUCAZIONE FINANZIARIA : obiettivo diventa insegnare a valutare i propri bisogni ed a scegliere la consulenza adeguata ed il giusto «consulente»?

Oggi i clienti sono in difficoltà e non sanno bene «come scegliere» il consulente , serve focalizzare il tema del valore della consulenza/del consulente per il cliente.

Ma qualche parametro di valutazione gli investitori iniziano ad averlo in mente...

Gli aspetti che generano più fiducia nella propria banca
(dai modelli di ricerca Eumetra MR)



La relazione dei clienti con i propri consulenti è oggi molto positiva; istintivamente le persone «percepiscono istintivamente» il valore della buona consulenza...

...la riprova? chi ha una relazione con un consulente professionale mostra indici di serenità, benessere, progettualità decisamente migliori...

Il livello di soddisfazione e fiducia degli investitori

GLI INVESTITORI
GESTITI DA CONSULENTE
SONO GIÀ OGGI PIÙ
POSITIVI

Investitori con
una banca (25%)

Fiducia vs settore
bancario: **24%**

Fiducia vs propria
banca: **39%**

Fiducia vs banca su
investimenti: **31%**

Serietà e correttezza in
gestione risparmio/
investimenti : **29%**

Soddisfazione per rendimenti
risparmio investimenti : **18%**

Investitori con
consulente (8%)

Fiducia vs settore
bancario: **25%**

Fiducia vs propria
banca: **45%**

Fiducia nel proprio
consulente : **52%**

Serietà e correttezza gestione
del risparmio/ investimenti :
45%

Soddisfazione per rendimenti
risparmio investimenti : **37%**

+1pp

+6pp

+21pp

+16pp

+19pp

(valore medio su 8+9+10)

I CONSULENTI SONO IN GRADO OGGI DI PROCEDERE SU QUESTA STRADA DI CONSULENZA DI VALORE, ALLE PERSONE (OLTRE L'ASSET ALLOCATION CLASSICA)?

SI, MA AL MOMENTO SOLO UNA ELITE APPARE ATTREZZATA, IL RESTO DEI CONSULENTI ...

...Ha tanta esperienza
(sono maturi, hanno mestiere e pratica sul campo)

64

Score medio
EXPERTISE 2017
(su scala 0-100)
Eumetra MR Ricerca Consulenti 2017

Ma ha (relativamente) poche competenze:

- di tipo formale (titoli, certificazioni),
- di tipo sostanziale sui bisogni diversi dalla classica asset allocation di base:
 - capacità di gestire bisogni articolati del cliente...
 - Competenza tecnologica ed informatica...

47

Score medio di
COMPETENZE 2017
(su scala 0-100)
Eumetra MR Ricerca Consulenti 2017

Un sintomo di questo disagio...

I CONSULENTI STESSI HANNO ATTESE ... PARTICOLARI VERSO I CLIENTI

LI VOGLIONO «COLTI»...

*Il cliente deve essere educato ad essere
più consapevole e responsabile*
MOLTO D'ACCORDO

88%

MA NON AUTONOMI

(nemmeno nel controllo dei propri investimenti)

*E' meglio che il cliente finale sia indipendente nel
monitoraggio dei suoi investimenti*
MOLTO D'ACCORDO

22%

In sintesi:



Il sistema della domanda sta superando l'offerta non per una superiore education, ma per un orientamento che guarda altrove...



Sembra utile un cambio prospettiva, nella education e nella consulenza (focus sulle persone)



Valorizzare ed insegnare a valutare la buona consulenza, ma anche il valore dei prodotti e delle soluzioni sono forse la prima cosa su cui puntare



Questa strategia di centratura sul cliente con una buona consulenza «credibile e sostenibile» paga (dice l'esperienza Usa)



Ma richiede un processo di «change management» su persone e forse su qualche modello di servizio : formazione, nuova visione del ruolo del consulente....

*Grazie dell'attenzione
e buon lavoro*

FABRIZIO.FORNEZZA@EUMETRAMR.IT



FOLLOW US

eumetra
monterosa

Eumetra Monterosa S.r.l.

viale Monte Rosa, 19 - 20149 Milano

Tel. +39 02 22 19 83 60 | Fax +39 02 22 19 83 62

C.F. e P. IVA: 09194440963 | REA: MI 2074968

info@eumetramr.it | www.eumetramr.it

