

# L'IMPRENDI (PROMO) TORE

Certo che non immaginavo guadagnassi così tanto...

**Con l'avvento della MIFID II la maggiore trasparenza provocata dalla normativa imporrà al settore e soprattutto ai Consulenti finanziari a compiere un importante salto di paradigma: o si cambia o si muore...più o meno lentamente.**

CLIENTE: "Buonasera dottor Rossi, grazie per aver accettato di anticipare il nostro incontro di una settimana ma, con i documenti che ci sono arrivati l'altro giorno, non le nascondiamo di esserci allarmati!"

CONSULENTE FINANZIARIO: "Ci mancherebbe dottor Bianchi, sono ormai dieci anni che ci conosciamo e, per me, gli interessi dei clienti vengono prima di tutto. Eccomi qui: in cosa posso esservi utile?"

CLIENTE: "Mah, credo che ci debba alcune spiegazioni, in particolar modo su queste voci che compaiono per la prima volta nella rendicontazione che la sua società ci manda periodicamente. Sa che amo controllare ogni cosa - non a caso mia moglie mi dice che sono particolarmente puntiglioso! - . Ma questa voce relativa ai suoi compensi ci ha fatto sobbalzare sulla sedia !"

CONSULENTE FINANZIARIO: "In che senso, mi scusi?"

CLIENTE: "Nel senso che sapevamo perfettamente quali potessero essere i costi relativi alla posizione che le abbiamo affidato. Lei ci ha sempre detto che si aggiravano intorno all'1,5%. E su un milione di euro affidatole sono circa 15.000 euro annui. Ma mai avremmo pensato che di questi 15.000 euro Lei ne percepisse 7.500 euro. Non per farle i conti in tasca - sia chiaro - ma per le 6 volte l'anno che ci si vede, vuol dire che Lei ci costa circa 1.250 Euro ad incontro. Per carità, Lei è molto bravo, non ci ha mai fatto correre rischi particolari, ma francamente 1.250 Euro ad incontro ci sembrano un po' troppi"

CONSULENTE FINANZIARIO: "Ehm?"

CLIENTE: "Nel senso che neanche il nostro commercialista ci costa così tanto ! Credo che dovremmo ridiscutere i termini economici, poiché mi è arrivata anche la documentazione dell'altro Consulente Finanziario al quale ci siamo affidati e debbo dire che siamo in presenza di costi e guadagni da parte del suo concorrente decisamente più bassi"

Il dialogo riportato sopra sarà molto frequente durante gli incontri che i Consulenti Finanziari avranno con i loro clienti a partire

dal prossimo anno.

A prescindere dalle decisioni che le mandanti prenderanno in merito all'attuazione della MIFID II, la trasparenza porterà inevitabilmente i clienti a ragionare su altri piani.

Cominceranno a paragonare il servizio offerto dal Consulente Finanziario a quello offerto da altre libere professioni: si pensi ai dottori commercialisti, agli avvocati o ai notai.

Vi sarà una competizione serrata tra professionisti, dove pur di aumentare la quota di portafoglio del cliente, si mirerà inevitabilmente a far scendere i prezzi.

Di conseguenza a soffrirne saranno i margini.

Indubbiamente lo scenario che si presenta, se dovesse essere affrontato con mentalità e modi appartenenti all'epoca pre-MIFID II, vedrebbe i Consulenti Finanziari in grande sofferenza: si troverebbero a giocare una partita tutta in difesa, preoccupati di come mantenere il livello di fiducia con i clienti alla medesima intensità di sempre.

Questo tipo di strategia sarebbe oltre che sbagliata anche molto inefficace.

Il Consulente Finanziario dovrà avere la capacità di poter "rifondare" la propria azienda su altre basi. Quali?

**Target e segmenti di clientela ben definiti**



Il Consulente dall'approccio generalista farà sempre più fatica a trovare spazio sul mercato.

Nel portafoglio di ciascun Consulente sono già presenti alcune categorie che più di altre sono state avvicinate e acquisite dal professionista con maggiore efficacia. Ogni consulente ha la propria storia e con essa le categorie di clienti con le quali è più affine.

### Proposte di valore/value proposition ben definite



L'approccio generalista porta alla conseguenza di avere una Proposta di Valore essa stessa generalista, con la tendenza da parte del Consulente ad assumere un atteggiamento **push** nell'approcciare il mercato.

Un esempio eloquente di cosa voglia dire avere una proposta di valore generalista è ben rappresentato dalla televisione generalista.

La programmazione tende ad accontentare un po' tutti, non accontentando in realtà bene nessuno.

Ecco il perché della crescita esponenziale della televisione a canali tematici. L'approccio del canale tematico parte dal presupposto che uno spettatore abbia un bisogno di conoscenza da soddisfare ed il canale tematico - e solamente quel canale - sarà in grado di soddisfarlo.

Concentrarsi su una reale **Proposta di valore/Value Proposition** accordata al segmento di clientela consentirà al professionista di servire al meglio il target di clientela e di differenziarsi sul mercato.

Un'ottima **Value Proposition**, inoltre, aiuterà il consulente a presentarsi agli occhi del cliente come un reale problem solver. E quando si ha un problema e c'è qualcuno che ce lo risolve, difficilmente ne viene fatta una questione di prezzo.

### Standard di servizio elevati attraverso una accurata definizione dei processi

Guidereste un'automobile costruita artigianalmente? Probabilmente no.

La standardizzazione dei processi costruttivi di un'automobile, all'interno di una moderna fabbrica automobilistica, è garanzia del suo funzionamento oltre che della drastica riduzione di difetti costruttivi.

Allo stesso modo, il servizio che il Consulente finanziario offrirà alla propria clientela dovrà necessariamente fondarsi su processi ben codificati e standard elevati.

Sarà l'unico modo con la quale si sosterrà la percezione del valore agli occhi del cliente.

Mancano pochi mesi a quello che potrebbe essere un vero "armageddon" per il settore.

Senza voler fare inutili allarmismi, credo che un atteggiamento responsabile sotto il profilo imprenditoriale non possa prescindere dal prendere in considerazione la necessità di dover fare un importante salto di qualità nella modalità di servire la clientela. Specialmente quando si "vende" l'intangibile, l'esperienza che il Consulente Finanziario sarà in grado di far vivere al proprio cliente, insieme alle soluzioni proposte, sarà il più grande contributo che il professionista potrà dare a sé stesso ed alla propria impresa.



**Enrico Fiorentino**, è CEO e partner di Strategike Srl ([www.strategike.com](http://www.strategike.com)), società che si occupa di Consulenza e strategia d'Impresa. Dopo aver conseguito un MBA International presso la CUOA Business School, ha deciso, nel 2015 di diventare imprenditore mettendo a frutto un'esperienza di oltre 25 anni maturata nel settore bancario e della consulenza finanziaria come Consulente finanziario e Manager. Si occupa di Innovazione dei Modelli di Business, di Marketing e Vendite.

È autore del libro: "L'Imprendi(promo)tore – manuale di imprenditorialità del Consulente Finanziario" E' inoltre autore del Blog: [www.enricoflorentino.it](http://www.enricoflorentino.it)

[www.gam.com](http://www.gam.com) seguiteci anche su:



### Disposizioni importanti di carattere legale

I dati esposti in questo documento hanno unicamente scopo informativo e non costituiscono una consulenza in materia di investimenti. Non si assume alcuna responsabilità in quanto all'esattezza e alla completezza dei dati. Le opinioni e valutazioni contenute in questo documento rappresentano la situazione congiunturale attuale e possono subire cambiamenti. GAM non è parte del Gruppo Julius Baer.