

L'IMPRENDI (PROMO) TORE

Cave canem ovvero sveglia il can che dorme!



Perché invece che continuare a pre-occuparsi di MIFID 2, non passi subito all'azione andando a parlare ai tuoi clienti di cosa accadrà a partire da gennaio 2019?

Allo stato attuale è la decisione più saggia da prendere!

In queste ultime settimane ho svolto parecchie giornate di formazione con Consulenti finanziari appartenenti a differenti reti.

La ragionevole preoccupazione che ho raccolto durante i coffee break che, inframmezzavano il training, era solamente una: l'impatto che MIFID 2 avrà verso e sulla professione.

Questa preoccupazione trae origine dal non saper quantificare l'ampiezza e l'intensità degli effetti che la direttiva europea entrata in vigore da gennaio, produrrà:

- sulla relazione che il Consulente Finanziario detiene oggi con la propria clientela;
- sull'ampiezza, in termini economici, con la quale essa si manifesterà.

È indubbio: MIFID 2 costituirà probabilmente la vera **disruption-discontinuità** nel settore.

Alcuni osservano che il settore finanziario, grazie all'asimmetria informativa tra industria e mercato (clienti), ha goduto di un privilegio importante: gli ampi margini acquisiti dall'intera filiera (produzione e distribuzione).

Una condizione che altri settori industriali vedono appartenere ad un glorioso passato, definitamente scomparso, così stretti nella morsa di una competizione serrata con prezzi in discesa e marginalità sempre più risicata.

Accadrà la stessa cosa per i Consulenti?

Francamente non so dare una risposta precisa: certamente il mondo, a far data gennaio 2019, non sarà più lo stesso. Ma allora che fare?

Certamente non attendere. Né tanto meno continuare a preoccuparsi.

La preoccupazione è un'attività inutile che, più di surriscaldare il cervello di chi la vive, non va a cambiare in modo assoluto il mondo circostante.

La strategia più utile può essere solamente una: agire.

Guidare la relazione con i clienti dovrà portare il Consulente finanziario a porre più l'accento sulla prima parola della propria job description - Consulente - e molto meno sull'aggettivo finanziario.

In questo momento c'è più bisogno di tirar fuori il **“Consulente”** che c'è in ciascuno e di lasciare da parte quel **“finanziario”** che per troppo tempo - a torto e/o a ragione - ha contraddistinto la professione.

In una recente conversazione avuta durante il mio show live su Facebook l'APERIPROMOTORE, chiedevo ad Alberto Fedel, uno tra i più conosciuti formatori italiani, in che modo i Consulenti potessero affrontare MIFID 2.

Fedel è stato lapidario: svegliare il can che dorme!

Ovvero affrontare i clienti sin da subito, anticipando loro cosa accadrà a gennaio del 2019.

Perché solo in questo modo aumenteranno le chance di poter mantenere la relazione intatta, senza impatti su fiducia e ricavi. Perché la minaccia più grande non sarà data dalla improvvisa conoscenza che il cliente avrà di quanto il suo Consulente gli stia costando, quanto il fatto che di questa cosa il Consulente non gliene aveva mai fatto cenno prima!

MIFID 2 chiede agli intermediari di comunicare ai clienti in termini assoluti e non più solo in percentuale le commissioni/competenze richieste per l'attività di investimento, gestione e pianificazione del patrimonio.

È evidente che l'impatto sul cliente sarà notevole: un 2% è molto più “digeribile” emotivamente rispetto al vedere scritto che il costo annuo per la gestione dei suoi 500.000 euro sarà pari a Euro 10.000 (il 2%*Euro 500.000).

Di qui un'altra considerazione del cliente: “ma il servizio di Consulenza prestatomi sinora vale quanto sto pagando?”

Se ad oggi il cliente è stato soddisfatto di quanto il Consulente finanziario gli ha offerto in termini di assistenza, la cosa non creerà più di tanto sconvolgimento: MIFID 2 in fondo chiede solamente di poter esplicitare quanto già il cliente sosteneva in precedenza ma che in definitiva non vedeva.

Il problema è se questo rapporto tra costo sostenuto e valore ottenuto - e con valore ottenuto non intendo la performance, o almeno non solo quella! - viene percepito da parte del cliente come qualcosa di oggettivamente adeguato.

Per questo i Consulenti hanno ancora pochi mesi per poter “svegliare il can che dorme” ma soprattutto porre mano alla struttura del proprio modello di servizio, per evitare di essere percepiti come cari e non come costosi.

Ed il cane, se svegliato con le dovute maniere, è più facile che si faccia accarezzare.



Enrico Florentino, è CEO e partner di Strategike Srl (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 inanziaria 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

www.gam.com seguitemi 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. Le opinioni e valutazioni contenute in questo documento possono cambiare e riflettono il punto di vista di GAM nell'attuale situazione congiunturale. Non si assume alcuna responsabilità in quanto all'esattezza e alla completezza dei dati. La performance passata non è un indicatore dell'andamento attuale o futuro.