

L'IMPRENDI (PROMO) TORE

Perché il consulente non è ancora un consulente



Anche se la conquista dell'appellativo di Consulente finanziario è finalmente arrivata, la strada da percorrere è ancora molta per poter definitivamente mettere da parte la vecchia descrizione della professione, quella di Promotore finanziario.

“Che cosa c'è in un nome?”

Ciò che noi chiamiamo con il nome di rosa, anche se lo chiamassimo con un altro nome, serberebbe pur sempre lo stesso dolce profumo.

Forse che quella che chiamiamo rosa cesserebbe d'avere il suo profumo se la chiamassimo con un altro nome?”

Da Romeo e Giulietta di William Shakespeare

L'altro giorno stavo cercando alcune citazioni da inserire nel prossimo progetto di formazione, quando mi sono imbattuto in questa bellissima frase tratta dal Romeo e Giulietta di Shakespeare.

La cosa che mi ha colpito di più nella riflessione che il grande drammaturgo inglese fa fare a Giulietta è quanto, nonostante noi si cerchi di chiamare le cose in maniera differente, queste ultime non cessino di produrre i loro effetti a prescindere dalle variazioni di appellativo.

È così anche per il Consulente finanziario?

Il processo di completa trasformazione della professione nel nuovo ruolo professionale può dirsi completato?

Ho la sensazione che non sia così.

Il complesso passaggio dall'essere promotore di strumenti finanziari all'interpretare il vero e proprio ruolo di consulente implica due importanti salti di paradigma.

Il primo salto di paradigma: cominciare realmente a fare attività di pianificazione finanziaria.

Oggi questo tipo di attività viene svolta molto parzialmente, con una forte concentrazione sulla parte tecnica e tecnologica, anziché sulla parte “filosofica” del pianificare finanziariamente, del progettare insieme al cliente il percorso utile a conseguire i differenti obiettivi con i propri risparmi ed investimenti.

Se non ci sarà la volontà di imboccare senza paura questa strada, difficilmente vi potrà essere un futuro per la professione.

Mi rendo conto che questa affermazione è molto forte, ma continuare ad approcciare la clientela assecondandola solamente sui temi della performance di breve termine, sul proporre in definitiva delle soluzioni che battano un indice di mercato o un benchmark, difficilmente garantirà prosperità e futuro al settore.

Già oggi sono disponibili sul mercato piattaforme che, a prezzi contenuti e con maggiore efficienza rispetto a quanto fornito da un essere umano, sono in grado di proporre soluzioni molto interessanti per i clienti.

I clienti, peraltro, sono sempre più abituati ad interfacciarsi con portali e piattaforme e ne sono attratti per la semplicità d'utilizzo, per l'immediatezza di risposta, a differenza della “farraginosità” e della lentezza di risposta nell'interloquire con un essere umano.

Piattaforma o robot che difficilmente potranno, però, sostituire il consulente in quanto essere umano in grado di intuire, comprendere ed interpretare le emozioni del proprio cliente legate all'utilizzo del denaro ed alla necessità di conseguire i propri obiettivi di natura finanziaria.

Il secondo salto di paradigma: la forma di remunerazione.

Finché la forma di remunerazione della professione continuerà ad essere quella legata al collocamento di prodotti, il destino del settore è purtroppo irrimediabilmente segnato.

La compressione dei costi dei prodotti sarà talmente rilevante che immaginare che tutto possa rimanere nel modo in cui le cose sono andate sinora, rischia di essere una mera utopia.

Con margini in caduta libera, è evidente che la remunerazione del consulente dovrà necessariamente spostarsi su modalità di pagamento delle prestazioni molto differenti.

I clienti vorranno cominciare a pagare i consulenti non per ciò che gli viene offerto **ma per ciò che il consulente fa per loro.**

È il principio di tutte le libere professioni che si occupano di risolvere dei problemi ai clienti e che contestualmente ne migliorano le condizioni di vita.

Il medico, il dottore commercialista, l'avvocato emettono le loro parcelle e si fanno pagare in virtù delle attività che svolgono.

Inoltre, la remunerazione derivante dall'applicazione di una percentuale alle masse, non mette in alcun risalto le capacità del singolo professionista.

Che un consulente sia bravo oppure no, non vi è differenza alcuna di costi per il cliente.

Il cliente pagherà il suo 1% sulle masse sia che le abbia affidate ad un Consulente competente, sia ad un Consulente "cialtrone".

La parcella, al contrario, farà veramente giustizia, permettendo ai consulenti di potersi far remunerare per la reale qualità del servizio offerto e soprattutto per la customer experience che saranno in grado di far vivere ai clienti.

Più quest'ultima sarà di standard elevato, più una parcella coerente con quanto offerto sarà giustificata.

In definitiva, l'equazione è veramente molto semplice:

Consulenza finanziaria = Pianificazione finanziaria.

Non potranno esserci - a mio avviso - altri differenti significati da dare ad un nome - quello di Consulente finanziario - visto che la generazione di valore da parte del Financial Advisor avverrà proprio grazie alla sua capacità di combinare capacità relazionali quali l'ascolto, il problem solving, il networking e le competenze tecniche in un unicum che nessuna macchina sarà in grado di emulare.

Solo allora **la rosa (il Consulente finanziario)** di Shakespeariana memoria comincerà veramente ad essere considerata una rosa.

Oggi profuma di rosa, ma non lo è ancora, o almeno lo è solamente in parte.



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 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

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. 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.