



Nicola Ronchetti
 twitter @NicolaRonchetti

METODO E DISCIPLINA

Quando pensiamo al concetto di resilienza la nostra mente corre a figure epiche come quella di Massimo Decimo Meridio, il mitico generale divenuto poi Gladiatore interpretato magistralmente da Russell Crowe nel colossal diretto da Ridley Scott.

Perché viene naturale associare la figura di un personaggio impavido (anche al femminile ad esempio Giovanna d'Arco) a quella del consulente finanziario? Per la sua capacità di affrontare in prima persona e superare con successo e forte determinazione gli ostacoli traendo dagli stessi la sua motivazione personale.

È indubbio che l'industria della consulenza finanziaria abbia retto bene il primo impatto della pandemia, ma è altrettanto certo che le conseguenze si devono ancora manifestare e che i consulenti finanziari saranno chiamati presto a un'ulteriore prova.

A causa degli storni del mercato l'industria della consulenza finanziaria ha visto momentaneamente ridursi il patrimonio in gestione, ma, al contempo, è riuscita ad aumentare il numero di clienti (+20.000 nel solo mese di mar-

zo 2020). Quali sono le motivazioni che hanno consentito ai consulenti finanziari, non solo di tenere le posizioni, ma anche di crescere quando altri settori stanno andando letteralmente a gambe all'aria?

Qualche spunto di riflessione ce lo offre un'analisi che FINER ha condotto a partire dall'8 marzo e che ha coinvolto 1.200 consulenti finanziari e 900 loro clienti.

La frequenza settimanale di contatto tra i consulenti finanziari e i loro clienti è cresciuta progressivamente (+22%) come pure la soddisfazione (+11%) a testimoniare che alla volatilità dei mercati è utile rispondere con un atteggiamento proattivo.

La capacità di seguire e soddisfare i clienti storici e al contempo di sviluppare di nuovi ha poi, in questo preciso momento storico, consentito di costruire un ottimo baluardo.

Oltre alle attitudini individuali dei consulenti finanziari, parte del merito va riconosciuta alle mandanti che hanno avuto la capacità di elaborare una chiara strategia e di mettere a disposizione dei propri consulenti finanziari gli strumenti per realizzarla. Ad esempio per acquisire nuovi clienti o

nuove masse i PAC - piani di accumulo del capitale - risultano la soluzione più frequente adottata dai consulenti finanziari (42%).

Seguono l'offerta di polizze multi ramo (39%), la riduzione delle commissioni di ingresso e dei costi (34%) e iniziative più tattiche come un bonus in caso di presentazione di un amico (17%) o un rendimento garantito per un certo lasso di tempo a fronte di nuova liquidità (15%).

Acquisire un nuovo cliente costa molto di più che trattenerne uno già acquisito, e per evitare l'errore di fare uscire dai mercati i clienti sull'onda dell'emotività i consulenti finanziari hanno adottato alcune vecchie regole mai dimenticate.

La prima è quella di condividere con i clienti i trend storici delle borse e ribadire che nel medio lungo periodo queste non hanno mai deluso (45% dei consulenti finanziari), la seconda comprare quando i prezzi sono convenienti (37%) e comunque per ribilanciare il portafoglio (32%).

Quando il gioco si fa duro, i duri cominciano a giocare e quasi sempre vincono, soprattutto se si applica metodo e disciplina.