

# MEDAGLIE IN BELLA MOSTRA

Per i manager e i consulenti delle reti è importante comunicare i riconoscimenti ricevuti



## di Nicola Ronchetti

Quanto vale un attestato delle competenze acquisite durante un corso, una certificazione o addirittura un premio vinto come **miglior consulente** della propria rete o tra reti differenti?

La risposta dipende ovviamente dalla credibilità del certificatore, dalla giuria che premia e dalle competenze attestate. È infatti chiara a tutti la differenza tra una laurea conseguita in un ateneo prestigioso (Harvard Business School, London School of Economics o Bocconi)

rispetto a un diploma ottenuto da altre realtà per quanto degne di attenzione (Cepu). Stesso discorso vale per la certificazione delle competenze in cui, per esempio, il **brand value** di Efpa o di Cfa ha un valore molto più importante rispetto a un attestato di partecipazione



**Nicola Ronchetti**  
founder & ceo di Finer Finance Explorer

## Risparmiatori e investitori prestano sempre molta attenzione ai premi e alle certificazioni ottenute dai loro financial advisor

a un corso di formazione generico non certificato. Lo stesso dicasi per i premi, dove in questo caso quello che conta di più è la credibilità della giuria, di chi seleziona e segnala i candidati, i parametri di valutazione e la modalità di voto. Sicuramente nel mondo della **consulenza finanziaria** e del **private banking** italiani si sono affermati alcuni premi e riconoscimenti che hanno acquisito negli anni una forte credibilità, confermata dalla maggior parte dell'industria, che ne riconosce il valore, aderendo e segnalando i propri candidati in modo da costituire una platea rappresentativa dell'universo di riferimento (quello dei **BLUERATING Awards** ne è un esempio).

### ► Sana competizione

Ci sono anche premi che hanno dimostrato la capacità di ingaggiare i partecipanti a una sana competizione sui contenuti, in Italia, per esempio, **Assogestioni** con **Contest Is King** durante il **Salone del Risparmio** ne è il più fulgido esempio. Regole chiare, un algoritmo condiviso e una giuria statisticamente significativa, premiano ogni anno la conferenza ritenuta più valida e utile per il proprio lavoro e la propria crescita professionale al di là, per esempio, della presenza di ospiti più o meno famosi. Tra i premi e riconoscimenti nostrani degni di nota che riguardano nello specifico le sgr merita una citazione il Premio Alto Rendimento, riconoscimento assegnato dal **Sole 24 Ore** alle migliori società di gestione. Altri riconoscimenti molto ambiti e riconosciuti dal mercato del risparmio gestito nostrano sono i **Morningstar Awards**, che beneficiano oltretutto di un forte valore derivante dai rating emessi dalla stessa società.

Ma, al di là delle opinioni e della partecipazione che il mercato italiano sembra riconoscere a questi eventi, ci sono due aspetti su cui vale la pena di riflettere. Il primo è che in Italia premi e riconoscimenti nel mondo della finanza sono meno diffusi che in altri paesi e soprattutto nei paesi anglosassoni, **Gran Bretagna** e **Stati Uniti** in primis, dove alcuni di questi sono addirittura diventati iconici e molto ambiti anche in Italia (per esempio i **Finance Community Awards** del *Financial Times*).

### ► Successo sì, celebrazione no

Il secondo tema riguarda la valorizzazione e la comunicazione del premio vinto o della certificazione ottenuta al proprio pubblico di riferimento, ai clienti attuali e potenziali. Se le società (banche, reti di consulenti finanziari e sgr) non si lasciano normalmente sfuggire l'occasione di comunicare la conquista di questi premi, altrettanto non si può dire dei singoli professionisti. Una ricerca condotta per **Efpa** qualche anno fa, per esempio, evidenziò come la rilevanza della certificazione per i risparmiatori e per gli investitori italiani fosse maggiore di quella percepita dagli stessi professionisti certificati e non. Comunicare le certificazioni ottenute e i premi vinti evitando retoriche autocelebrative e autoreferenziali, ma anzi valorizzando i punti distintivi che caratterizzano i successi ottenuti, è sicuramente il modo migliore per accrescere il personal brand di consulenti finanziari e private banker e per accrescerne la credibilità sul mercato. Lunga vita dunque ai premi e ai premiati, purché, ovviamente siano destinati ai migliori e ben comunicati.