



Se la nuova maglia costa cara

Molti consulenti finanziari si pentono di aver cambiato rete, sottovalutando il valore del team

di Nicola Ronchetti

Che il mondo della **consulenza finanziaria** sia stato fin dai suoi albori la fucina di un modello di servizio rivelatosi poi assolutamente vincente, in grado di anticipare quello che oggi è un esempio per tutti, era difficilmente prevedibile solo dieci anni fa.

Ancor più interessante è rilevare che uno dei punti di forza del mondo della consulenza finanziaria è la sua **continua evoluzione**, sia nelle dinamiche relative alla relazione tra i consulenti finanziari e la mandante, sia, come diretta conseguenza di questa, nella relazione con i propri utenti finali (i clienti dei consulenti finanziari).

Un settore come quello della consulenza finanziaria, per nulla statico e sempre reattivo ai cambiamenti, è certamente un fatto positivo che ne **garantirà un grande futuro**. Partiamo dunque analizzando la relazione consulente finanziario - mandante. Agli albori della professione il ruolo della mandante era certamente meno determinante di oggi per gli allora promotori finanziari. E questo per diversi motivi.

► Spazi ridotti

Innanzitutto, negli anni '70 e '80, l'alba della consulenza finanziaria in Italia, le prime mandanti (Fideuram, Programma Italia, Dival, per citare le più note) erano quelle che oggi definiremmo vere e proprie start up, totalmente prive del valore oggi riconosciuto dal mercato a brand come **Fideuram, Mediolanum, Allianz, Generali, Fineco**. Quello che contava allora era soprattutto il personal brand e la reputazione del singolo promotore finanziario. Oggi non è più così, lo spazio per i battitori liberi senza alle spalle un grande e prestigioso marchio della consulenza finanziaria si è ridotto sempre di più. Il secondo motivo per cui il modello di consulenza finanziaria vincente è il risultato di un combinato disposto tra professionista e mandante è riconducibile all'importanza raggiunta dalla tecnologia e dalla rilevanza degli investimenti richiesti per stare al passo con i tempi. Le dotazioni digitali per operare fuori sede, le piattaforme di home banking, di web collaboration, richiedono costi altissimi e continui aggiornamenti impensabili da affrontare da parte di un singolo professionista. È come se un pilota di **Formula 1**, il più bravo del mondo, pensasse oggi di farsi una propria scuderia. Gareggiare

in Formula 1 richiede investimenti da miliardi di euro e non è più il tempo delle figure epiche di gentlemen rider alla **Enzo Ferrari**. Il rapporto con la mandante ha un impatto anche nella relazione con i clienti. Tanto più la mandante è in grado di mettere a disposizione dei clienti piattaforme digitali di remote banking all'avanguardia, di offrire prodotti e servizi in modo chiaro e trasparente, di efficientare i processi, facendo vivere un'esperienza unica al cliente, tanto più questo sarà soddisfatto e come diretta conseguenza il consulente finanziario sarà facilitato nel suo lavoro. La corretta relazione a tre **mandante-consulente-cliente** è lo snodo fondamentale di un modello di successo basato su un mix di fattori intangibili (il valore del brand della mandante) e fattori tangibili (le piattaforme digitali, l'offerta di prodotti e servizi), la preparazione del professionista e la soddisfazione del cliente.

► Rapporto a tre

In questa relazione tutti devono veder riconosciuti il valore del proprio lavoro, i propri diritti e ognuno deve rispettare i propri impegni. L'equilibrio di questo tritico di interessi e di bisogni è delicatissimo, non facile da individuare e ancor più difficile da realizzare per il mondo della consulenza finanziaria. Ci sono reti di consulenti finanziari che sono riuscite a creare questo equilibrio, in un'ottica **win-win-win**, (cliente, consulente e mandante) altre che faticano a trovarlo. Le prime hanno uno sguardo al futuro e un orizzonte temporale di medio lungo termine, le seconde sono molto più focalizzate sul presente e hanno un orizzonte temporale di breve periodo.

Quasi certamente ci sarà spazio per entrambe le tipologie di realtà, ma è indubbio che le realtà della consulenza finanziaria più virtuose nell'operare in una logica win-win-win a tre cliente-consulente finanziario-mandante vedranno ulteriormente rafforzarsi le proprie quote di mercato a dispetto delle meno virtuose. Qualche segnale si inizia già a cogliere. In particolare più che in passato si registrano pentimenti tra i consulenti finanziari che hanno cambiato casacca, sottovalutando l'importanza della mandante e la sua capacità di servire bene i clienti. Solo il tempo ci dirà se sono segnali isolati o l'inizio di una nuova rivoluzione.



Nicola Ronchetti
founder & ceo di Finer Finance Explorer

La relazione tra advisor, mandante e cliente ha creato un modello virtuoso