

Soluzioni alla crisi con i cf

Una cauta fiducia caratterizza il sentiment dei consulenti finanziari in questo post-lockdown. L'intervista a Cristina Catania (McKinsey)

Nel contesto mutevole di questa fase di mercato, il cliente rimane al centro ma per l'uscita dalla crisi si dovrà attendere il 2021. Lo dicono i cf, dimostrando maturità e una nuova consapevolezza: le evidenze della ricerca commentate da Cristina Catania, Partner di McKinsey & Company.

Domanda. Dott.ssa Catania, rispetto agli esiti della prima rilevazione, quali ritiene siano le conferme e le novità più importanti di questa seconda indagine?

Risposta. I consulenti finanziari hanno confermato molte delle evidenze emerse già nella prima indagine svolta in aprile. Per prima cosa, si conferma la loro tempestività di reazione: il 76% dei clienti è stato raggiunto con comunicazioni dedicate alla crisi (vs 70% nella prima indagine) e sulle posizioni più critiche sono state attuate movimentazioni in misura pari a circa il 20% delle masse complessive (vs 14% nella prima indagine). Inoltre, circa il 60% dei consulenti continua a preferire comunicazioni orali (chiamate e videochiamate), evidenziando la necessità di trasmettere informazioni con una certa «vicinanza» ai propri clienti, soprattutto in un contesto in continuo mutamento come quello attuale. Emerge infine una capacità di saper indirizzare i propri clienti, stemperando reazioni emotive legate alla volatilità dei mercati: le masse amministrare e gestite spostate a liquidità sono rimaste sostanzialmente invariate, pari al

4% (vs 5% nella prima indagine).

D. Su quale aspetto emerso dalla ricerca secondo lei occorre porre la massima attenzione?

R. Questa pandemia ha rivoluzionato il modo di lavorare dei consulenti finanziari su diversi livelli, ma l'aspetto che ritengo più rilevante è rappresentato dalla modalità di interazione con i clienti. Dalla nostra indagine è emerso che oltre il 90% dei consulenti ritiene che ci saranno dei cambiamenti nella propria professione a seguito della crisi, principalmente dovuti all'aumento della gestione dei clienti da remoto e all'onboarding digitale. Inoltre, più del 70% dei consulenti si aspetta una crescita della domanda di piattaforme per la consulenza da remoto da parte dei clienti. Da un punto di vista strategico, queste informazioni assumono una rilevanza cruciale e credo che lo shock dovuto alla crisi potrà avere un effetto catalizzatore per la trasformazione di-

digitale della consulenza.

D. Quanto ha influito il rimbalzo dei mercati sugli effetti dei portafogli e sulle preferenze degli investitori e quanto è da attribuire al lavoro dei consulenti finanziari?

R. Sia il rimbalzo dei mercati sia la lucidità dei consulenti finanziari hanno giocato un ruolo determinante. A supporto del lavoro svolto da questi ultimi, i risultati confermano la bassa percentuale di masse spostate a liquidità e una diminuzione delle richieste di prodotti a maggiore protezione (es.

prodotti a capitale protetto, prodotti assicurativi di tutela), che sono passati dal 30% nella prima indagine al 22%. Seppure si evinca un certo aumento della fiducia, sia nelle aspettative di performance di portafoglio prossime allo 0% sia nell'impatto sul pricing pari a -1% (vs -5 e -3% rispettivamente nella prima indagine), i consulenti sembra-

no rimanere in allerta. Il 40% di loro si aspetta di vedere i primi segnali di ripresa dalla crisi solamente nel 2021, mostrando un aumento della consapevolezza dell'effetto che la crisi potrebbe avere e un segnale di maturità necessaria per affrontare questo periodo.

D. Le movimentazioni dei clienti hanno riguardato grandi asset manager terzi, preferiti alle boutique e agli operatori captive. Perché?

R. In questo periodo abbiamo assistito a un aumento dei flussi di masse gestite da grandi asset manager. Questa tendenza è stata evidenziata dal 17% dei consulenti finanziari del nostro campione, ma è stata riscontrata in misura anche più significativa a livello europeo. Asset manager di dimensioni maggiori possono contare generalmente su brand più affermati, che trasmettono all'investitore finale, soprattutto retail, una maggiore sicurezza e stabilità.

Nella fase di normalizzazione, potrebbe verificarsi un'inversione di tendenza se le boutique e in particolare gli operatori integrati riusciranno a sviluppare soluzioni flessibili per indirizzare le esigenze che un contesto incerto e probabilmente volatile richiede, cogliendone le opportunità e controllando il rischio. (riproduzione riservata)

