

# LA VENDITA DI PRODOTTI FINANZIARI

# Premessa

L'attuale crisi economica e finanziaria svela ed amplifica un elemento assolutamente dirompente: l'irrazionalità.

Irrazionalità che, oggi, rischia di diventare il fenomeno determinante degli andamenti del mercato. Essa pervade i comportamenti degli investitori, in primo luogo, e contamina anche gli operatori che dovrebbero orientarli.

La sfiducia degli investitori nei confronti degli operatori e delle Istituzioni da loro rappresentate determina di fatto un "circuito vizioso" che si autoalimenta.

Far fronte a questa emergenza significa quindi ricostruire prima di tutto il rapporto investitori/operatori/istituzioni.

Come?

Certamente non è bastevole negare l'irrazionalità dei comportamenti o contrapporsi a questa sulla scorta di teorie razionalistiche. Appare invece necessario assumere consapevolezza del fenomeno e dei meccanismi che lo regolano, legittimarli per poterlo governare.

E' sulla base di queste considerazioni di contesto che si motiva la nostra proposta.

La Finanza Comportamentale nasce dalla contaminazione fra le teorie economiche classiche, fondate sull'ipotesi di perfetta razionalità, e la psicologia comportamentale, che approfondisce i processi decisionali.

Questo sistema di conoscenza, che fino ad oggi ha costituito per tutti gli operatori finanziari un vantaggio competitivo, conferendo maggiore sicurezza nel rapporto con il cliente, nel momento attuale può diventare la chiave di volta, la competenza irrinunciabile per tutelare tutti gli attori coinvolti nel processo: clienti, operatori ed Istituzioni.

A seguito di questa conoscenza consapevole, infatti, gli operatori saranno in grado di comprendere i meccanismi che regolano il rapporto dei clienti con il proprio patrimonio e con lo scenario generale, aiutandoli così ad utilizzare l'intelligenza emotiva a proprio vantaggio ed innescando nuovamente un "circuito virtuoso".

# Obiettivi e Risultato Atteso

## Obiettivi

- ▶ favorire nei destinatari lo sviluppo di una maggiore sensibilità e conoscenza della relazione che il cliente ha con il suo patrimonio
- ▶ Favorire, attraverso lo sviluppo dell'intelligenza emotiva, la costruzione di nuove competenze utili alla gestione della relazione con il cliente
- ▶ stimolare una riflessione sugli obiettivi ed i comportamenti correlati al proprio ruolo

## Risultato Atteso

Ri-costruzione del rapporto di **fiducia** fra cliente e consulente con conseguente aumento della **credibilità** delle Istituzioni che offrono il servizio.

# I Destinatari

## Il modulo formativo si rivolge a:

- ▶ Consulenti assicurativi specializzati nel settore vita
- ▶ Addetti Ufficio Titoli e loro Responsabili
- ▶ Private bankers
- ▶ Promotori finanziari

## Struttura

Per la realizzazione della proposta proponiamo un modulo formativo di due giorni consecutivi seguito, a distanza di circa due mesi, da un incontro di follow-up di una giornata:

1. le due giornate di formazione, consecutive fra loro in modo da valorizzare al massimo il processo d'aula, sono progettate in modo tale da definire e condividere la relazione triangolare consulente - cliente - patrimonio durante la prima giornata ed approfondire, durante la seconda, i meccanismi psicologici che influenzano le decisioni di tipo finanziario.
2. l'incontro di follow-up permette ai partecipanti, insieme all'approfondimento ed al perfezionamento delle tecniche e degli strumenti consegnati in aula, anche la verifica della sperimentazione sul campo dell'approccio proposto.

# I Contenuti (I° giornata)

## La consulenza finanziaria

- ▶ Vendita o consulenza?
- ▶ Gestire clienti o portafogli?
- ▶ Il triangolo relazionale consulente – cliente – patrimonio:
  - ✓ il rapporto consulente - cliente
  - ✓ il rapporto cliente - patrimonio
  - ✓ il rapporto consulente - patrimonio
- ▶ La consulenza vista come relazione d'aiuto
- ▶ Psicodinamica del rapporto fra consulente e cliente

# I Contenuti ( II° giornata )

## Psicologia e Finanza

### ▶ **Psicologia ed economia:**

- ✓ Modello dell'utilità attesa
- ✓ *Prospect theory*
- ✓ Errori sistematici nelle decisioni di investimento
- ✓ Misura del *loss Aversion*
- ✓ Sistema razionale del rapporto rischio rendimento
- ✓ Neuroeconomia

### ▶ **Risparmio, consumo e investimento:**

- ✓ Motivazioni al risparmio e all'investimento
- ✓ La percezione del rischio
- ✓ La funzione del valore
- ✓ La propensione e l'avversione al rischio
- ✓ Il rimpianto e l'effetto disposizione

### ▶ **Consigli comportamentali nella gestione del rapporto con il cliente**

# La Metodologia

La nostra proposta è caratterizzata dalla metodologia dell' "**apprendimento per esperienza**" che:

- *valorizza le esperienze e le competenze* delle persone coinvolte
- *favorisce l'aumento di consapevolezza delle capacità personali*

Tutto questo si realizza dando valore al gruppo come *soggetto dell'apprendimento* e come *luogo deputato* alla sperimentazione della partecipazione, del confronto e dell'utilizzo della critica.

Durante il lavoro d'aula verranno utilizzate esercitazioni, giochi d'aula e casi provenienti dall'esperienza lavorativa dei partecipanti.

La copresenza di due trainer senior (un esperto di finanza comportamentale ed un esperto di conduzione di gruppi di apprendimento) durante il seminario garantisce la partecipazione e facilita l'apprendimento di tutti i partecipanti.

# I Professionisti

- *Donatella Siringo*  
Psicosociologa, consulente e formatrice, esperta in conduzione di gruppi di apprendimento.  
Partner Itaca S.a.s. Sviluppo organizzativo e Qualità della vita
- *Michele Carmi*  
Consulente Finanziario e psicologo  
Libero professionista