

Scuole private - Ai cf mancano gli strumenti per parlare con la generazione Z

La protezione del patrimonio e l'impatto del passaggio generazionale sul portafoglio dei consulenti è essenziale per i prossimi decenni. Ecco come dare continuità al dialogo con i figli dei clienti.

La nuova puntata della rubrica di Citywire Italia a cura di Teseo Formazione e Consulenza, punto di riferimento in Italia per la formazione certificata Efpa Italia e per la formazione di preparazione all'esame di consulente finanziario, è a firma di Dario Baudo, docente e consulente patrimoniale TESEO.

Da tempo gli esperti di marketing hanno iniziato a studiare i comportamenti e la personalità delle prossime generazioni di clienti. Se prendiamo in considerazione anche solo i Millennials (o generazione Y, nati tra il 1981 e il 1995) e la Generazione Z (costituita da coloro nati dal 1996 al 2005) ci rendiamo conto che sono individui cresciuti con Internet, abituati al multitasking e all'uso simultaneo di diversi dispositivi, sempre più interconnessi: stanno rivoluzionando l'approccio con cui le aziende sono costrette, volenti o nolenti, a comunicare ed interagire.

In questo il consulente finanziario non fa eccezione. Anzi, i consulenti finanziari sanno che non entrare in rapporto con le nuove generazioni dei loro clienti può far aumentare il rischio di perdere parte del portafoglio.

In effetti, l'attenzione verso il tema del passaggio generazionale sta conquistando sempre maggiore spazio nel mondo della consulenza, anche in virtù di previsioni che obbligano i player del settore a strutturarsi velocemente. Recenti studi (es. **Fondazione Cariplo**) stimano che, solo nel nostro paese, la ricchezza trasferita mortis causa in Italia sarà pari – tra il 2020 e il 2030 – a oltre mille miliardi, valore che salirà a oltre tremila miliardi tra il 2020 e il 2040.

Diventa, quindi, fondamentale costruire un ponte verso le nuove generazioni di clienti (in particolare i figli di clienti) senza dimenticare, però, che per consolidare la relazione bisognerà inevitabilmente aggiornare modelli di comunicazione e strumenti di interazione.

A tal proposito il quesito da porsi è: quanti consulenti sono pronti a gestire questo passaggio? Gli investimenti nella formazione degli ultimi anni, infatti, sono stati importanti, ma il focus è quasi sempre stato sugli strumenti da utilizzare. Non a caso oggi è piuttosto improbabile confrontarsi con un professionista che non conosca adeguatamente i servizi più adatti da proporre alla propria clientela per una gestione efficace del passaggio generazionale.

Tuttavia, usando una metafora, è come se i consulenti avessero una bella imbarcazione perfettamente attrezzata e pronta a salpare, senza sapere però come affrontare il mare. In sostanza, manca alla maggior parte dei professionisti il know how per poter dialogare efficacemente con le nuove generazioni che, nei prossimi anni, beneficeranno di questo enorme passaggio di ricchezza.

L'elevata età media dei consulenti in Italia, tra l'altro, non favorisce il dialogo e la crescita esponenziale dei "fininfluencer" sui social che potrebbe mettere a repentaglio la centralità del ruolo del consulente tra gli appartenenti alla generazione dei millennial e della generazione Z, proprio perché agli advisor manca la conoscenza del linguaggio dei giovani. È importante anche sottolineare che i ragazzi, nella maggior parte dei casi, sono consapevoli dell'importanza della pianificazione finanziaria e del ruolo del consulente. Nel 2022, una survey di **Doxa** per **Invesco** ha evidenziato che tre giovani su cinque sono consapevoli della centralità di un professionista per poter costruire un portafoglio, ma poi solo il 30% dichiara di avvalersene. Le cause di questa apparente mancanza di coerenza sono da individuare principalmente nell'incapacità dei consulenti di dialogare con i ragazzi. Urge, quindi, la necessità di trovare le chiavi che consentano di costruire con i figli la stessa relazione stabile che i professionisti, in questi anni, hanno avuto con i genitori.

In tal senso, le soluzioni potrebbero essere le seguenti. Innanzitutto, costruire un team di lavoro in cui i consulenti giovani supportino i più anziani nel dialogo con i figli dei loro clienti e, da questo punto di vista, alcune reti di consulenza hanno già intrapreso questa strada. Inoltre, il vecchio paradigma secondo il quale il collega esperto forma quello meno esperto dovrebbe essere "rinfrescato", dando così nuovi stimoli e gratificazioni ai sempre più numerosi giovani che stanno intraprendendo la professione del consulente e, anche in tal senso, i primi risultati sono molto incoraggianti. Comunque vada, una nuova sfida attende il mondo dei consulenti.