



BRAND E QUALITÀ PER ATTRARRE I TALENTI

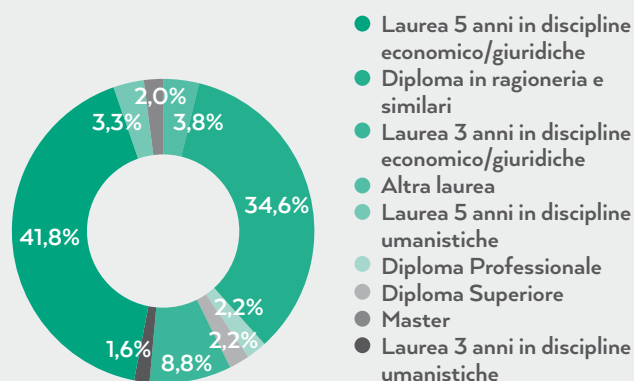
Massimo Morici
twitter @maxmorici

Non c'è solo il compenso. I professionisti della consulenza finanziaria guardano ad altro prima di cambiare casacca. Di cosa vanno in cerca? Un brand forte alle spalle con cui presentarsi ai clienti, una gamma di prodotti di qualità e servizi di elevato standing. È quanto emerge da un recente sondaggio che Start Up Italia, società di head hunting specializzata nella ricerca e selezione di consulenti finanziari e private banker, ha condotto per **ADVISOR** su un campione di oltre 250 consulenti finanziari con un'elevata seniority - l'82% lavora come consulente finanziario o private banker da più di 10 anni - e decisamente "fedele" alla mandante: il 61% lavora da più di 10 per la stessa società e il 28% ha dichiarato di lavorare per la stessa mandante per oltre 20 anni. Il focus sulla seniority non è casuale. "Anche se negli ultimi anni molte realtà hanno dato il via a programmi di formazione per inserire figure junior, l'attività di recruiting continua ad essere focalizzata sui portafogli più importanti, il che significa, nella maggioranza dei casi, andare a strappare alla concorrenza o al canale bancario i professionisti senior più capaci" spiega **Valerio Giunta**, amministratore di **Start Up Italia**. Ma quali sono le realtà più ambite di chi cerca una nuova società che possa migliorare la propria

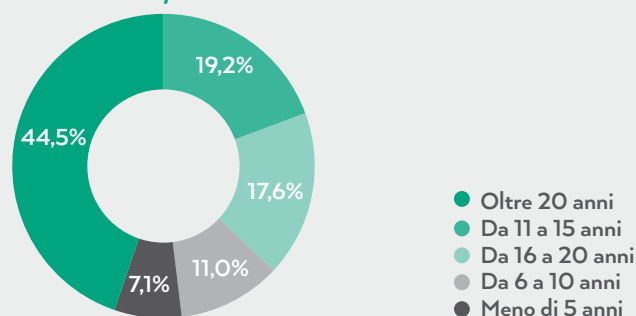
prospettiva professionale? Start Up Italia nel sondaggio ha considerato i professionisti provenienti dal canale bancario e quelli dal mondo delle reti. Nel primo caso, le realtà più ambite dai consulenti finanziari risultano essere Banca Generali, CheBanca! e Crédit Agricole a pari merito con Bnl BNP Paribas Life Banker. Sotto il podio, Fineco, Allianz Bank FA, Fideuram, Intesa Sanpaolo Private Banking, Banca Sella e Azimut. Dalla top ten dei consulenti delle reti in cerca di nuove mandanti, emergono quindi sia realtà dell'offerta fuori sede sia realtà bancarie, segno di una non marginale domanda di maggiore certezza dal punto di vista contrattuale da parte di alcuni professionisti. Diverse sono invece i desiderata dei bancari, siano essi gestori affluent o private banker, dove ancora si preferisce rimanere all'interno del perimetro bancario (cioè con contratto da dipendente e non a partita IVA). In questo caso la top ten vede al primo posto Intesa Sanpaolo (le filiali e la divisione Intesa Sanpaolo Private Banking), UniCredit (filiali e wealth management) e FinecoBank. Sotto il podio, tutte più o meno allo stesso livello, troviamo Credem, CheBanca!, Banca Generali, Bnl BNP Paribas e Azimut. Più distanziate Crédit Agricole, Banco BPM, Fideuram, Banca Sella e Allianz Bank FA, ma al di là delle realtà ambite, i cui nomi spesso celano campagne più o meno "spinte" di reclutamento, che giustificano quindi la loro presenza nella top ten, tra i risultati del sondaggio è forse più interessante considerare le motivazioni al cambiamento, che

PORTAFOGLISTI SENIOR

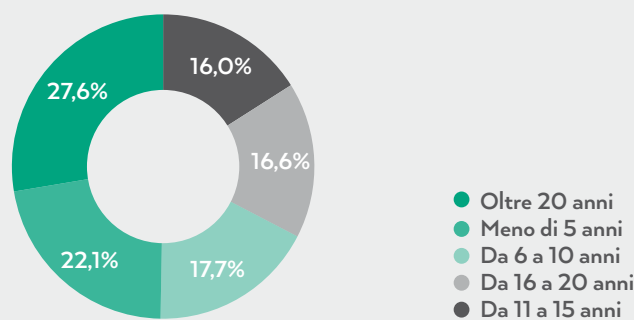
QUALI STUDI HAI CONSEGUITO?



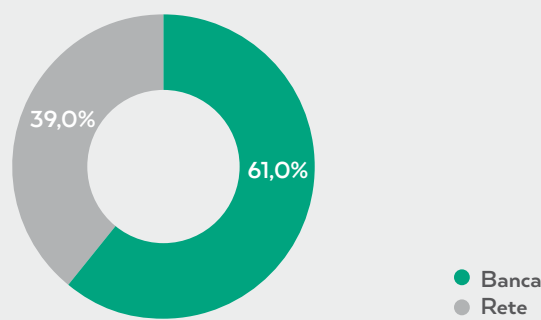
DA QUANTO TEMPO LAVORI COME CONSULENTE NEL SETTORE BANCARIO/FINANZIARIO?



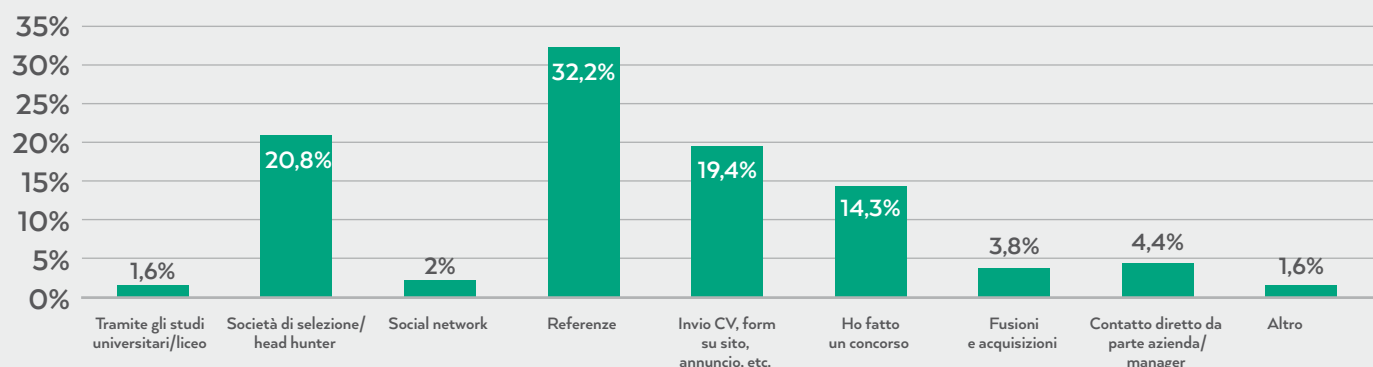
DA QUANTO TEMPO LAVORI NELLO STESSO ISTITUTO?



BANCA O RETE?



IN QUALI MODALITÀ SEI ENTRATO IN CONTATTO CON L'ATTUALE ISTITUTO?



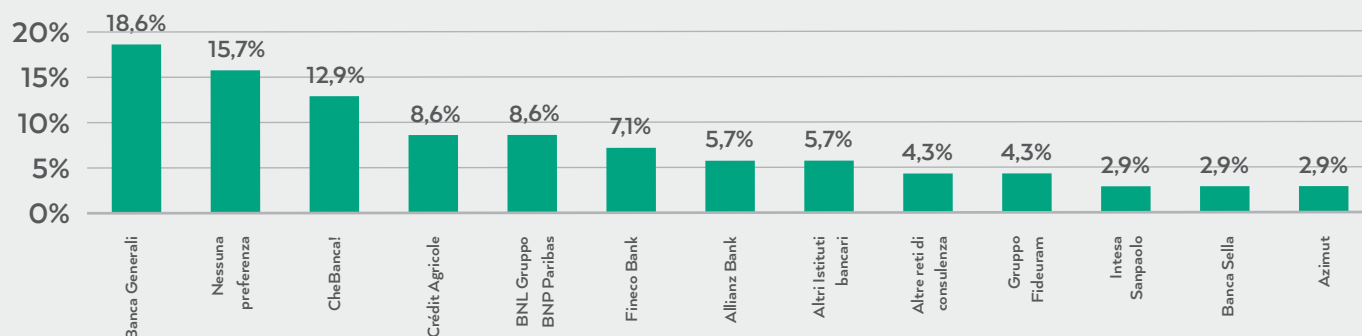
Fonte: Start Up Italia

ci danno un'idea di cosa cercano i professionisti della consulenza. Considerando i professionisti delle reti, abituati ad operare con la partita IVA, tra i fattori che potrebbero spingere a scegliere una realtà rispetto alla società presso cui si opera, al primo posto compare l'importanza del brand, prima ancora del compenso economico, accanto alla qualità dei prodotti offerti, alla piattaforma operativa (fintech) e ai servizi personalizzati per i clienti. "Ciò che emerge è, in primis, un'insicurezza di base dei professionisti:

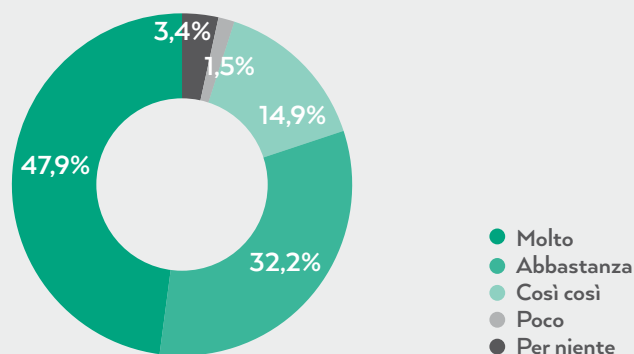
chi ha bisogno di un brand forte alle spalle è in genere un professionista che non è sicuro delle proprie capacità. L'altro aspetto da considerare, oltre all'importante elemento dell'innovazione tecnologica e della piattaforma, è la richiesta di qualità sia sul fronte dei prodotti sia dei servizi: nelle risposte leggiamo una grande attenzione all'offerta e, quindi, una sempre maggiore sensibilità alla qualità del servizio che i consulenti vogliono erogare al cliente" prosegue Giunta. Le richieste dei consulenti non sono poi così

LA PRIMA SCELTA DEI CF

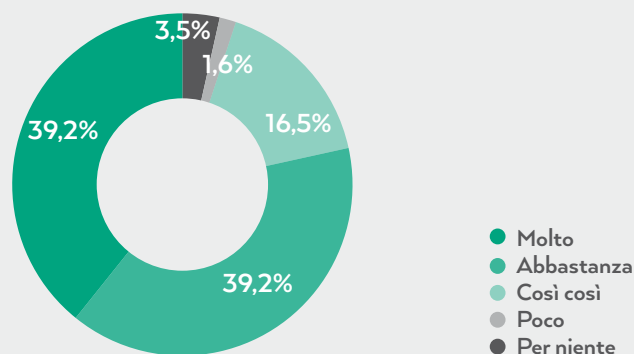
QUAL È LA PRIMA REALTÀ CONCORRENTE CHE VORRESTI CONOSCERE O DI CUI TI INTERESSEREBBE APPROFONDIRE I PROGETTI E I PIANI DI SVILUPPO?



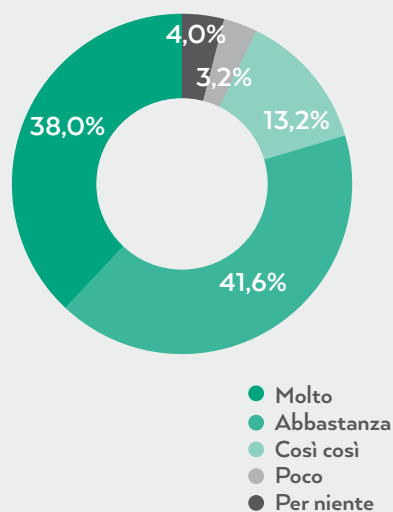
IMPORTANZA DEL BRAND



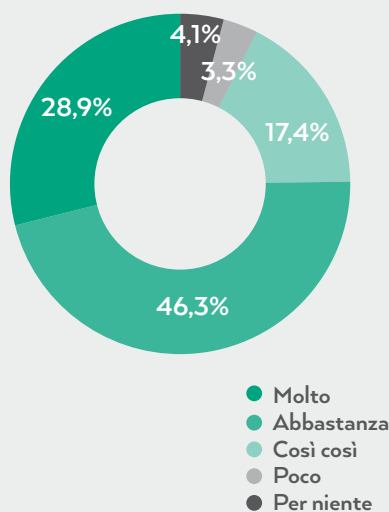
COMPENSO ECONOMICO



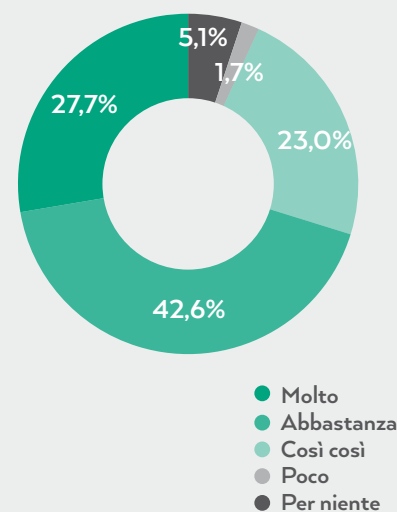
QUALITÀ DEI PRODOTTI OFFERTI



SERVIZI PERSONALIZZATI PER I CLIENTI



PIATTAFORMA OPERATIVA



Fonte: Start Up Italia

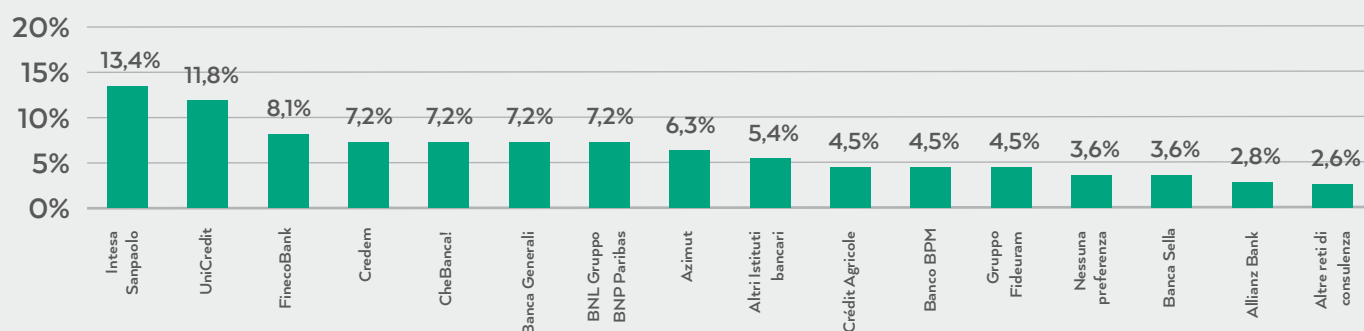
distanti da quelle dei bancari. La differenza, tuttavia, è nel grado di soddisfazione della situazione attuale in cui si opera: i bancari sono in genere più insoddisfatti dell'intermediario presso cui

operano e, quindi, cambierebbero più volentieri casacca. Lo dimostrano alcune percentuali: la richiesta di servizi personalizzati è molto sentita dal 29% dei consulenti rispetto al 38% dei bancari.

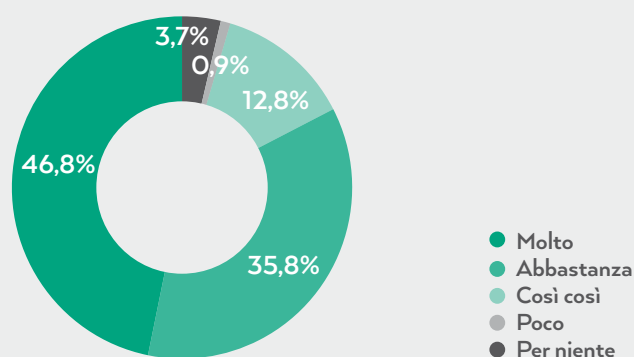
PUBBLICITÀ

...E QUELLA DEI BANCARI

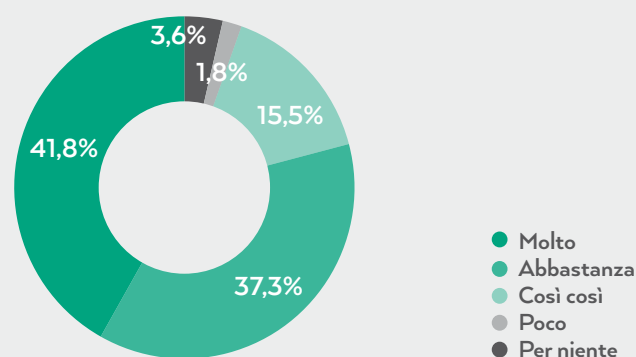
QUAL È LA PRIMA REALTÀ CONCORRENTE CHE VORRESTI CONOSCERE O DI CUI TI INTERESSEREBBE APPROFONDIRE I PROGETTI E I PIANI DI SVILUPPO?



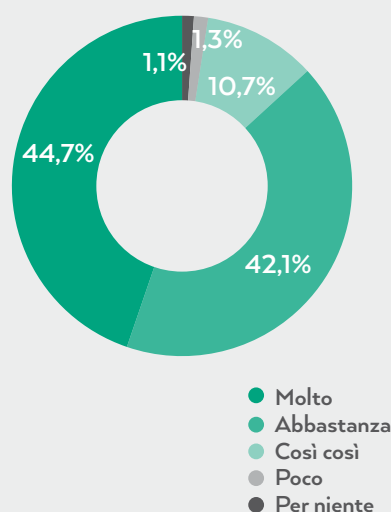
IMPORTANZA DEL BRAND



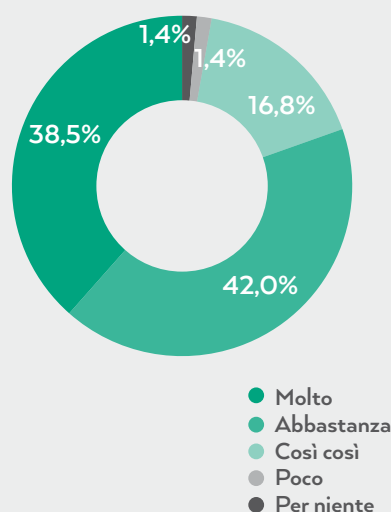
COMPENSO ECONOMICO



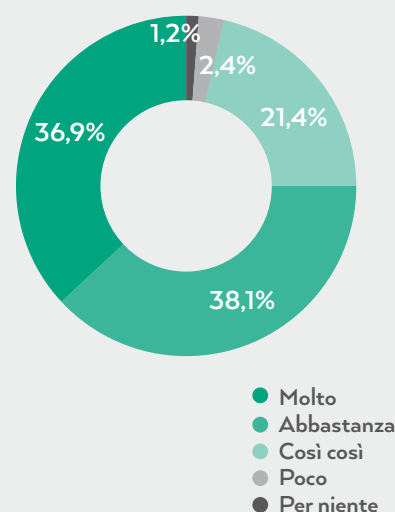
QUALITÀ DEI PRODOTTI OFFERTI



SERVIZI PERSONALIZZATI PER I CLIENTI



FORMAZIONE



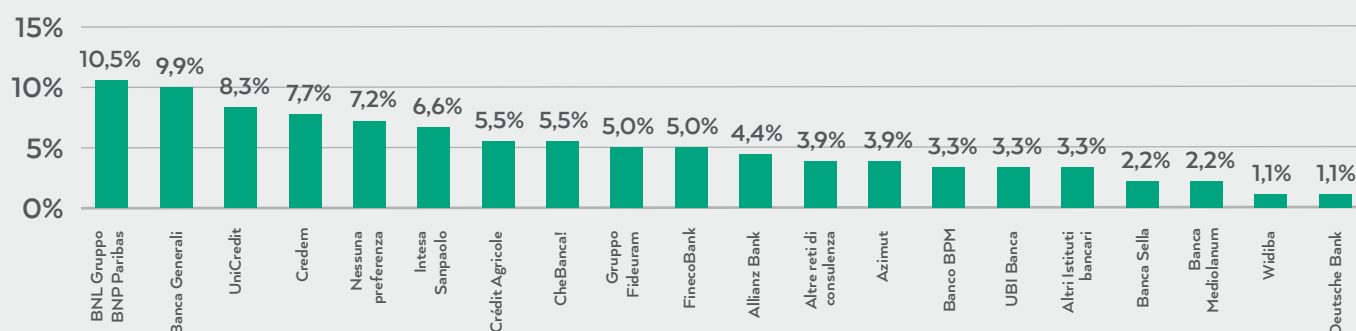
Fonte: Start Up Italia

Lo stesso trend è osservabile per quanto riguarda la qualità dei prodotti: fondamentale come fattore per scegliere una nuova realtà per il 38% dei CF rispetto al 45% dei bancari, quasi dieci punti

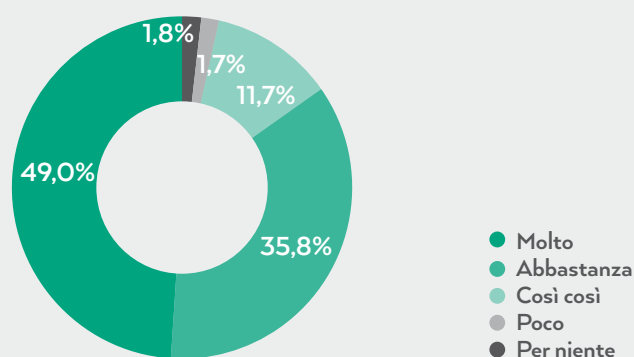
percentuali in più. Persino considerando il compenso economico, emerge come il grado attuale di soddisfazione dei CF sia maggiore (un aumento della retribuzione è considerato un fattore molto

LA SECONDA OPZIONE

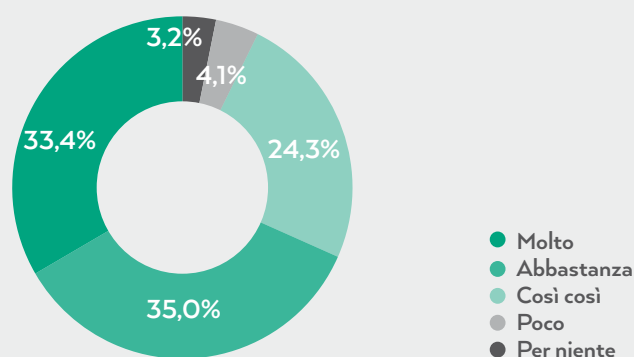
QUAL È LA SECONDA REALTÀ CONCORRENTE CHE VORRESTI CONOSCERE O DI CUI TI INTERESSEREBBE APPROFONDIRE I PROGETTI E I PIANI DI SVILUPPO?



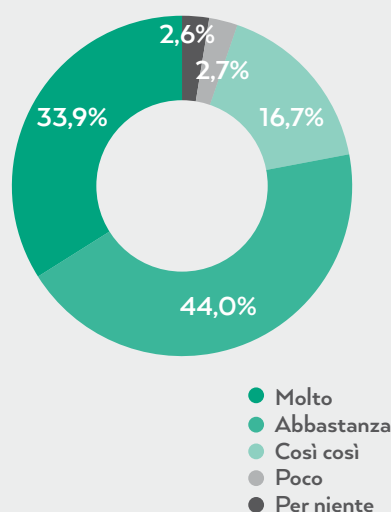
IMPORTANZA DEL BRAND



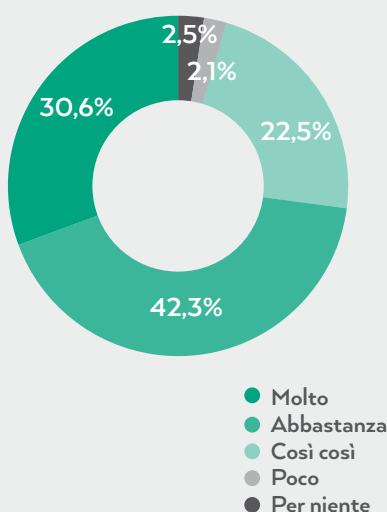
CAPILLARITÀ DI PRESENZA SUL TERRITORIO



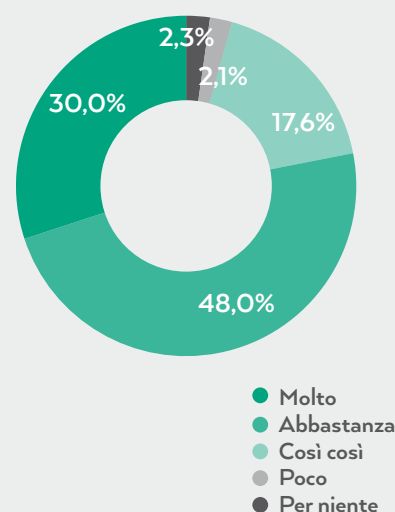
QUALITÀ DEI PRODOTTI OFFERTI



PIATTAFORMA OPERATIVA



SERVIZI PERSONALIZZATI PER I CLIENTI



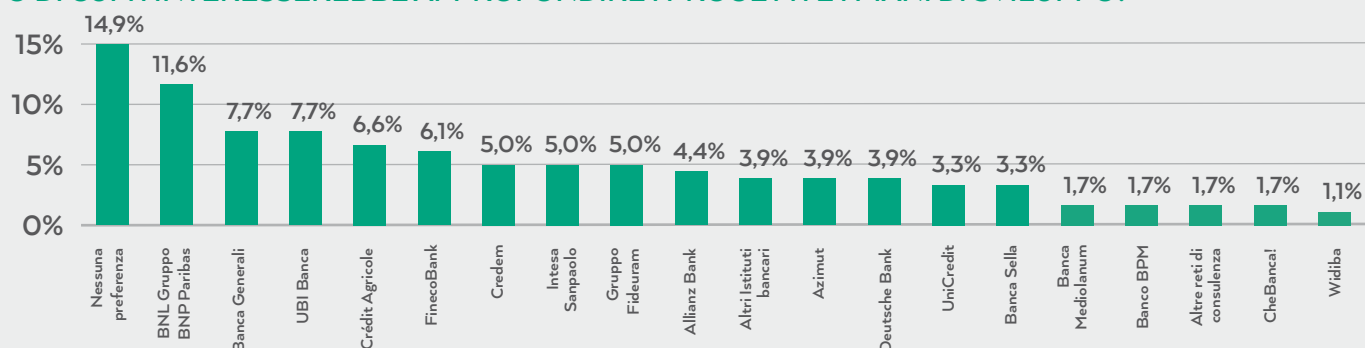
Fonte: Start Up Italia

importante dal 39% dei rispondenti) rispetto ai bancari (il fattore “compenso” è molto importante per il 42% nella valutazione di una nuova offerta di lavoro). Un’altra differenza tra i CF senior e

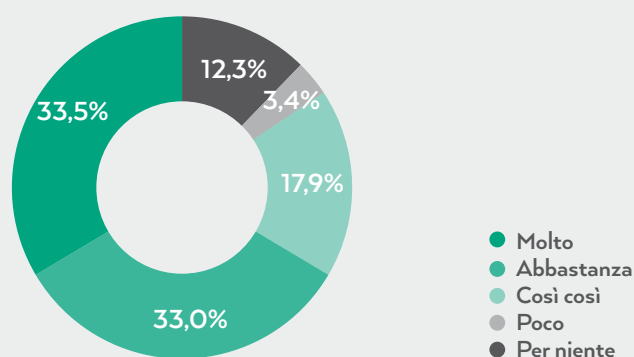
i corrispettivi bancari è il livello di preparazione: se il fattore “più formazione” è considerato assai rilevante dal 24% dei CF che prenderebbe in considerazione nuove offerte di lavoro dalla concorren-

LA TERZA SCELTA

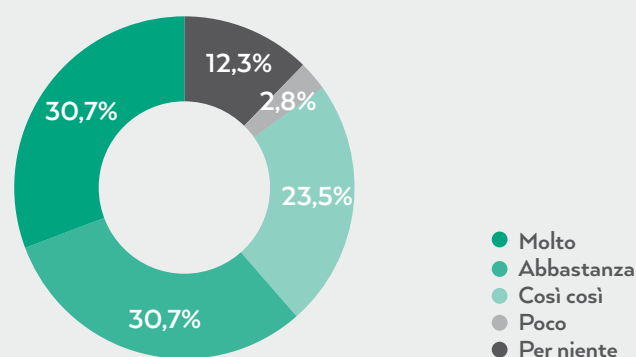
QUAL È LA TERZA REALTÀ CONCORRENTE CHE VORRESTI CONOSCERE O DI CUI TI INTERESSEREBBE APPROFONDIRE I PROGETTI E I PIANI DI SVILUPPO?



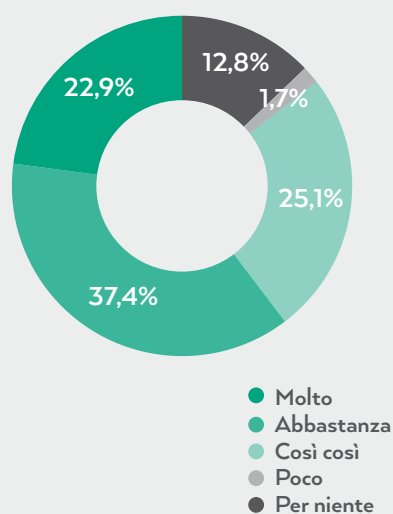
IMPORTANZA DEL BRAND



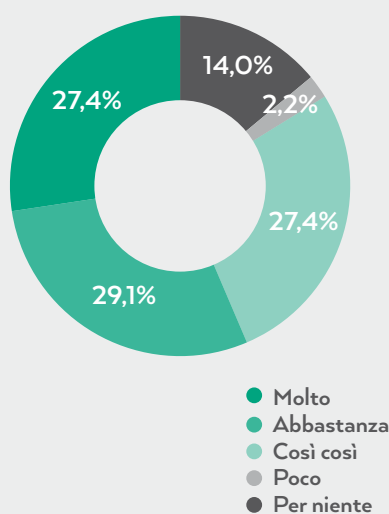
COMPENSO ECONOMICO



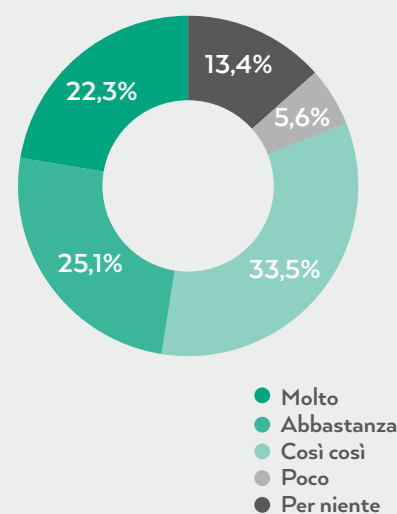
SERVIZI PERSONALIZZATI PER I CLIENTI



PIATTAFORMA OPERATIVA



LOCATION ADEGUATA ALLA CLIENTELA



Fonte: Start Up Italia

za, la percentuale per i bancari sale addirittura al 36%, dodici punti percentuali in più. “Il sondaggio conferma in parte le tendenze che, come operatori del settore, osserviamo da diversi anni: rispetto ai

bancari, i consulenti finanziari delle reti risultano più preparati, sia sul fronte delle normative sia nell’ambito della conoscenza dei prodotti, e maggiormente orientati al cliente” conclude Giunta.