

FORMAZIONE

di Gaetano
Megale*



Salienza del prezzo della consulenza

La tendenza è chiara: prima o poi il prezzo della consulenza diventerà "saliente" nel senso che il cliente sarà del tutto consapevole di quanto pagherà per il servizio dell'operatore, oltre ai costi relativi ai prodotti che sottoscriverà. In questa direzione va la MiFID II. Cosa rappresenta tutto ciò per il business della consulenza? Le scuole di pensiero sono diverse. Per alcuni questo è un problema: i clienti avranno maggiori resistenze a fruire il servizio della consulenza e il business subirà una contrazione. Per altri invece è una opportunità: i clienti apprezzeranno di più la consulenza in quanto acquisirà valore in sé, dal momento che "ciò che non si paga, in genere, non vale nulla". Probabilmente c'è del vero in entrambe le posizioni. Infatti, per alcuni versi, i mercati insegnano che generalmente la salienza del prezzo. Per un approccio psicologico al tema è necessario distinguere i tre elementi che entrano in gioco: a) il "Prezzo", ossia il controvalore in moneta del servizio di consulenza; b) il "Valore", che si riferisce ai benefici che il cliente percepisce dal servizio di consulenza secondo la sua personale valutazione; c) il "Costo", che è relativo al "sacrificio" monetario, ma anche non monetario (quale, ad esempio, la fatica psicologica nella fruizione) richiesto al cliente per ottenere i benefici del servizio di consulenza. L'equazione che lega queste variabili è semplice: "Prezzo - Valore percepito = Costo percepito". Da cosa dipende allora la decisione della sottoscrizione? Evidentemente dal "Costo percepito". Tutto ciò porta a considerare che nel momento nel quale il prezzo della consulenza diventa più saliente, è necessario ripensare e innovare il modello comunicativo del servizio in maniera che il risultato sia quello di diminuire il Costo percepito. A questo proposito, le strategie sono due: 1) ridurre il Prezzo; 2) aumentare il Valore percepito. Questa è la conclusione che si può trarre dagli insegnamenti dei mercati anglosassoni, dove il tema è stato già da tempo affrontato e dibattuto.

*presidente di Progetica