

Una advisory corretta deve tenere conto di molti fattori

# La vera consulenza non solo finanziaria

di Sergio Sorgi\*

L'attuale predominio della finanza esclude dalla **consulenza professionale** aree di necessità economica e patrimoniale delle famiglie prioritarie: la corretta programmazione delle spese e dei consumi, la gestione attenta dei debiti, la protezione del reddito e del patrimonio dagli imprevisti, la **pianificazione** della vita dopo il ritiro dal lavoro, la necessità di trasmettere il patrimonio ai propri eredi in maniera efficiente. Insomma, l'egemonia della finanza lascia da parte temi fondamentali, che riguardano la vita economica di una famiglia e che la finanza da sola non spiega né supporta. In questo e nei prossimi contributi vorremmo concentrarci sulla protezione, tema prioritario per la domanda e ancor poco presente nell'offerta.

Le riflessioni sul tema, per la verità, non mancano: per esempio, le istituzioni di controllo domestiche (Consob in primis) e le organizzazioni che si occupano di standard internazionali stabiliscono senza



**Il pericolo è tralasciare temi fondamentali, che riguardano la vita economica di un cliente**

fraintendimenti che una pianificazione orientata all'utente deve essere complessiva e comprendere la protezione. Iso e Uni richiedono poi di specificare all'utente che una consulenza parziale è meno efficace di una parziale. Perché, dunque, la protezione non fa parte della consulenza? Se vogliamo dare le responsabilità all'utente, possiamo parlare di un cittadino incapace di fare i conti con le catastrofi, ancora convinto

che lo Stato sociale lo tuteli, poco incline a versare denaro a fondo perduto, sfiduciato nelle assicurazioni, eccetera. Questi, tuttavia, sono temi da ventesimo secolo, allergie al cambiamento: così, si definiscono "necessità commerciale" la semplice mancanza di volontà del mercato di andare oltre le distinzioni produttive e di considerare gli eventi di vita e i bisogni del proprio utente. Peraltro, le recenti esperienze di educazione finanziaria di qualità condotte a Milano hanno evidenziato un grande interesse dei cittadini a comprendere come proteggersi e da cosa. Insomma, addebitare l'assenza di analisi sulla protezione all'utente finale ci sembra paradossale, laddove la cultura del benessere dei cittadini è responsabilità collettiva del mercato e delle pubbliche amministrazioni. È noto che le protezioni statali diminuiscono, il mercato della protezione sia poco sviluppato e il cittadino interessato non alle "polizze" ma alla sicurezza. Ci pare abbastanza per iniziare un viaggio nella protezione.

\*Progetica

## Muoversi nella rete

Cosa bisogna fare per avere la giusta web reputation

di Simona Turelli

Anche per i professionisti della finanza è fondamentale saper utilizzare al meglio web e social network. Ne parliamo con Andrea Boscardi (nella foto), esperto di personal branding e docente di PPAcademy.

Di che cosa ha bisogno la nostra web reputation?

È importante usare strumenti di monitoraggio del web, come Google News Alert, e tenere sotto

controllo news, commenti e altre notizie che dovessero menzionarci così da poter replicare. In più, occorre presidiare le pagine di ricerca che ci riguardano grazie alla gestione di spazi social, o un sito o blog e grazie alla cura di rubriche su siti preesistenti.

Quanti e quali contenuti è opportuno condividere in rete? Il personal branding per un professionista deve tradursi in un vero e proprio piano editoriale che ci posizioni come fonte autorevole e utile

ecomoda "passaggio stampa" per chi, appendoci, possa in seguito ritenersi un professionista a cui rivolgersi.

Chi desidera costruirsi un sito web, che cosa deve fare? Quali sono i consigli da tenere a mente? I costi sono ormai limitati alla customizzazione grafica: piattaforme come Wordpress sono sempre più agili e disponibili per tutti. I benefici sono quelli legati alla capacità, da parte di un sito ben indicizzato, di farsi trovare non solo da chi cerca noi, ma da chi cerca i temi di cui possiamo trattare. Per fare questo occorre conoscere bene il nostro interlocutore target e imparare i rudimenti dell'indicizzazione sui motori di ricerca.

di Marco  
Lorenzini

L'informazione è tutto in finanza

A chi si occupa di finanza, l'informazione è tutto. È la base su cui si costruisce ogni decisione, sia essa pubblica o privata. In un mondo sempre più complesso, la capacità di accedere a dati e notizie in tempo reale è un vantaggio decisivo. Per questo, la consulenza finanziaria deve essere basata su dati e informazioni accurate e aggiornate. È importante che i consulenti siano in grado di interpretare correttamente i dati e di comunicarli in modo chiaro e comprensibile ai clienti. In questo senso, la consulenza finanziaria è un servizio che si evolve continuamente, e che deve sempre più volte fornire dati e informazioni in tempo reale. È noto che le protezioni statali diminuiscono, il mercato della protezione sia poco sviluppato e il cittadino interessato non alle "polizze" ma alla sicurezza. Ci pare abbastanza per iniziare un viaggio nella protezione.

La consulenza è che si sia un attività di alta qualità e la capacità di aggregare informazioni in modo innovativo. Per il cliente, è un riconoscimento dell'utilità di queste competenze, che devono quindi servire di supporto alle decisioni.

Il confine tra questo tipo di competenza e l'attività di formazione che ne può derivare è una vera e propria attività di consulenza, e spesso difficile da determinare. Tanto è vero che queste tre attività (data providing, educazione e consulenza) sono a volte fornite dalle stesse organizzazioni. In finanza, il limite è costituito dal fatto che la consulenza personalizzata agli investimenti è attività riservata. Ed è legata tipicamente ai servizi di intermediazione. Le organizzazioni della finanza quindi tipicamente hanno fornitori esterni di informazioni. Da qui, il loro successo.

Fondatore Youinvest.  
La Scuola per Investire.  
@lloerabanc