

Promotori, ecco il test per conoscere meglio il cliente

di Marco Gementi

- Investimente.it, iniziativa di finanza comportamentale realizzata da Schroders Italia
- Obiettivo: individuare le emozioni e gli automatismi mentali che possono portare l'investitore a scelte non ottimali

Al via Investimente.it, iniziativa di finanza comportamentale realizzata da Schroders Italia in partnership scientifica con Matteo Motterlini, direttore del Centro di Ricerca in Epistemologia Sperimentale e Applicata - Università Vita-Salute San Raffaele. Attraverso il sito web Investimente gli operatori professionali - promotori finanziari e private banker - possono sottoporre ai propri clienti il "Test dell'Investitore Consapevole" per individuare gli aspetti psicologici che condizionano le loro decisioni d'investimento "smascherando le trappole mentali ed evitando così meccanismi automatici che portano fuori strada".

L'obiettivo

Il Test, realizzato in esclusiva per il mercato italiano, non si sostituisce ai questionari di adeguatezza e appropriatezza previsti dalla normativa MiFID, né propone soluzioni d'investimento o asset allocation.

L'obiettivo è quello di individuare le emozioni e gli automatismi mentali che possono portare l'investitore a scelte non ottimali.

Al termine della compilazione, della durata di 15 minuti circa, viene generato un report psico-finanziario personalizzato in due versioni (una per il cliente e una per il consulente) che fornisce suggerimenti pratici per evitare i principali errori decisionali e acquisire maggiore consapevolezza.

Le modalità

È prevista una doppia modalità di fruizione: il Test può essere sottoposto dal professionista durante l'incontro con il proprio cliente in modo da confrontarsi immediatamente sui risultati; in alternativa, il consulente può invitare via email i clienti a compilarlo in autonomia, per poi commentare i risultati in un incontro successivo. Investimente è navigabile anche da tablet ed è disponibile su Apple Store in versione App per iPad.

I commenti

Luca Tenani, responsabile distribuzione Italia di Schroders commenta: "Con Investimente, Schroders vuole sostenere gli intermediari finanziari nel loro delicato compito, oggi più difficile che mai. Lontano da logiche commerciali e questionari di

profilazione classica, è uno strumento di “lavoro” per aiutare i consulenti a conoscere meglio gli investitori e gli investitori a conoscere meglio sé stessi. L’esigenza di una maggiore educazione finanziaria è sempre più sentita, complice la recente crisi economica che ha complicato il rapporto con gli investimenti. Siamo convinti che fare educazione finanziaria significa favorire la conoscenza non solo dei prodotti d’investimento ma anche del ruolo che l’emotività e le “abitudini” giocano nel processo decisionale e nella percezione dei rischi. Migliorare la consapevolezza del modo in cui si decide è fondamentale per effettuare scelte più serene e razionali”.

Matteo Motterlini, direttore del CRESA aggiunge: “Quando prendiamo delle decisioni le trappole mentali in cui cadiamo sono ricorrenti, ostinate e sistematiche perché dipendono da come è strutturato il nostro cervello. Le scelte finanziarie non fanno eccezione. Dall’avversione alle perdite all’illusione di sapere, siamo predisposti a incorrere in errori di valutazione. Non c’è modo migliore di smascherarli che mettendosi alla prova. Basato sulle più recenti ricerche di finanza comportamentale, Investimento è uno strumento che trasferisce la teoria in pratica in modo inedito, immediato e soprattutto intuitivo, fornendo suggerimenti personalizzati. I dati raccolti in forma anonima e l’analisi statistica che ne consegue andranno inoltre ad alimentare le conoscenze sul rapporto tra psicologia e decisioni finanziarie”.