

# CSB Se il consulente diventa come il medico

A Villa Negroni esperti a confronto sul ruolo del relationship manager nell'era della digitalizzazione

■ Nell'era della digitalizzazione anche nel settore bancario si parla sempre più spesso del cambiamento di ruoli e competenze. La tecnologia viene infatti utilizzata per snellire e velocizzare i lavori manuali o con un basso livello di valore aggiunto. I computer si assumono invece il compito di svolgere calcoli complicati, analizzare dati che servono a determinare le esigenze del cliente e, a volte, di proporre soluzioni. Tanto è vero, che concetti come «robot advisor» stanno passando dalla fantascienza alla realtà.

Oltre al fatto che con lo sviluppo tecnologico anche nel settore bancario alcune figure scompaiono mentre altre nascono, la maggior parte dei ruoli subisce una trasformazione profonda. Da una parte conta sempre di più la preparazione tecnica,

ma dall'altra diventano sempre più importanti le capacità interpersonali, soprattutto quando si ha a che fare con i clienti. Un discorso particolarmente vero per la figura del consulente finanziario (o relationship manager), da sempre porta di entrata del cliente all'interno di un istituto finanziario.

«La rivoluzione digitale sta spostando sempre più il barometro delle competenze professionali richieste alle cosiddette capacità interpersonali», ha notato ieri Andrea Ricci, decano presso la Facoltà di scienze della comunicazione all'USI, durante un incontro organizzato al Centro Studi Bancari di Vezia e moderato dal giornalista e già direttore del Corriere del Ticino Giancarlo Dillena.

«Il segreto del successo del consulente

del futuro sarà la capacità di costruire una relazione olistica con il cliente, in cui fungerà da terapeuta finanziario», ha spiegato ancora Ricci. Dovrà passare meno tempo a fare analisi di portafoglio e dedicarsi maggiormente agli aspetti interpersonali, come la gestione dell'emotività quando i mercati sono volatili. Come per ogni bravo terapeuta, la capacità di comunicare con i clienti e con i vari reparti all'interno della banca gioca sempre di più un ruolo fondamentale, ha sottolineato Ricci. In particolare la comunicazione dialogica aperta all'ascolto, con l'obiettivo di costruire una relazione di lungo periodo. «Comunicazione intelligente sì, senza nulla togliere alla preparazione tecnica a tutto tondo», ha aggiunto Giovanni Vergani, professore all'USI. È un po' come se

il consulente assumesse la stessa centralità del medico di base: deve saper cogliere i bisogni del cliente per poi individuare il reparto appropriato all'interno della banca e controllare che venga servito adeguatamente. Tra l'altro, a chi teme lo sviluppo dei robot advisor gli esperti rispondono che la loro concorrenza non è così temibile: già Aristotele diceva che per costruire un rapporto di fiducia ci vogliono competenze, il carattere per dare una priorità alle esigenze e la volontà di non imbrogliare. Qualità difficilmente demandabili ad un computer. Per contro, ha concluso Vergani, agli specialisti spetta il compito di interagire con i sistemi e le soluzioni elaborate tramite l'uso della tecnologia.

ERICA LANZI