

# **La consulenza finanziaria nella prospettiva della MiFID2**

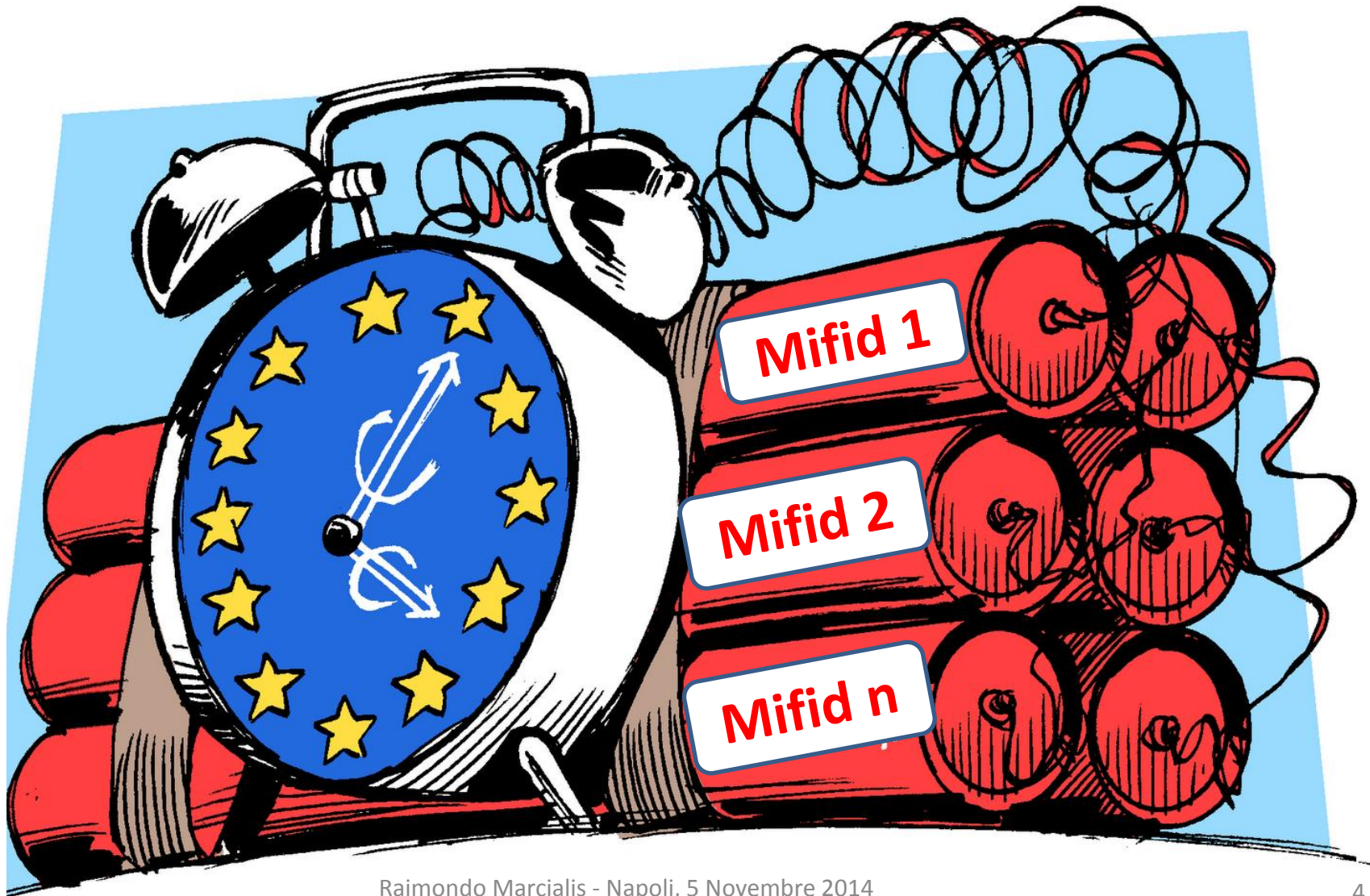
Tolleranza al rischio degli investitori, valutazione di  
adeguatezza e selezione degli investimenti

L'evoluzione del servizio di  
consulenza negli intermediari  
finanziari

## ***MC Advisory***

- È la nuova realtà indipendente che propone piattaforme di servizi di consulenza finanziaria costruiti su misura per ogni tipologia di clientela professionale.  
I servizi offerti integrano tutte le fasi del processo di consulenza finanziaria fino all'offerta di soluzioni personalizzate di family office.
- Le competenze commerciali, di gestione, di risk management e di compliance dei partner e degli associati di MC Advisory si fondono organicamente per garantire servizi evoluti ed efficienti di wealth management alla clientela delle migliori istituzioni finanziarie.





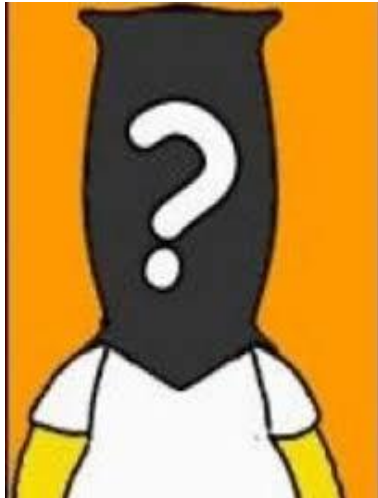
*La consulenza rappresenta  
l'occasione per  
riqualificare il business  
model della banca*



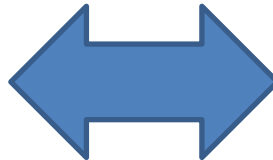
*Il mero adeguamento  
normativo comporta costi  
e irrigidimenti operativi*

## Il valore della profilatura

«A motivo dell'importanza sempre considerevole delle raccomandazioni personalizzate per i miei clienti e della crescente complessità di servizi e strumenti è necessario rafforzare le norme di comportamento da rispettare al fine di accrescere la tutela degli investitori» (*Considerando 51 Mifid 2*)



Se non ho informazioni sul cliente non posso fare consulenza



Profilando il cliente sono in grado di:

- *Tutelarlo*
- *Migliorare la qualità del servizio offerto*
- *Stimolare la fiducia del cliente*

Il questionario MiFID è un utile supporto per approcciare il cliente in ottica di intervista consulenziale

## Il valore della profilatura



***Ri-profilare  
per ...***



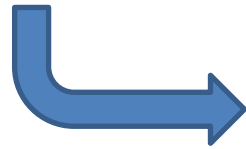
1

**Rispettare la normativa**



2

**Adeguare i miei profili in  
scadenza**



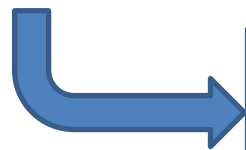
3

**Assicurarsi contro il rischio di  
contenziosi con il cliente**



4

**Aumentare il livello di servizio**



5

**Cogliere nuove opportunità  
commerciali**



## Il valore della profilatura



**MIGLIORE GESTIONE DEL BUDGET DI RISCHIO**  
Riquilificazione del portafoglio

**OPPORTUNITA' DI CROSS SELLING**  
Ampliare la gamma dei prodotti

**OPPORTUNITA' DI UP SELLING**  
Elevare il valore dell'offerta



## Il valore della profilatura

### Esigenze Finanziarie













L'area della valorizzazione e accrescimento nel tempo della ricchezza finanziaria guadagnata e non consumata dal Cliente (per se o per i miei suoi famigliari)



### Esigenze di Protezione

L'area del presidio dei rischi contro il verificarsi di eventi inattesi e indesiderati ma comunque statisticamente probabili che possono recare danno al cliente o ai suoi famigliari (danni, previdenza o decesso)

## Rilevanza crescente del Wealth Management...

	Commercial Banking	Investment Banking	Wealth Management	Interbancario
Impiego capitale				
ROE				
EVA Medio				

### Possibili approcci al risparmio

**La gestione del risparmio è un valore distintivo delle Banche:**

- Ne dipende il futuro di ogni famiglia
- I rischi sono elevati
- La complessità è elevata  
*("La Banca mi serve per far fruttare al meglio i miei miei risparmi")*

**A** Orientato solo alla vendita: devo fare budget, vendo prodotti ad elevato margine

**B** Aiuto il cliente a proteggere ed accrescere il suo risparmio nel tempo, con un approccio integrato e continuativo, attraverso prodotti e consulenza di qualità

### Condizioni abilitanti

Trasparenza verso il cliente

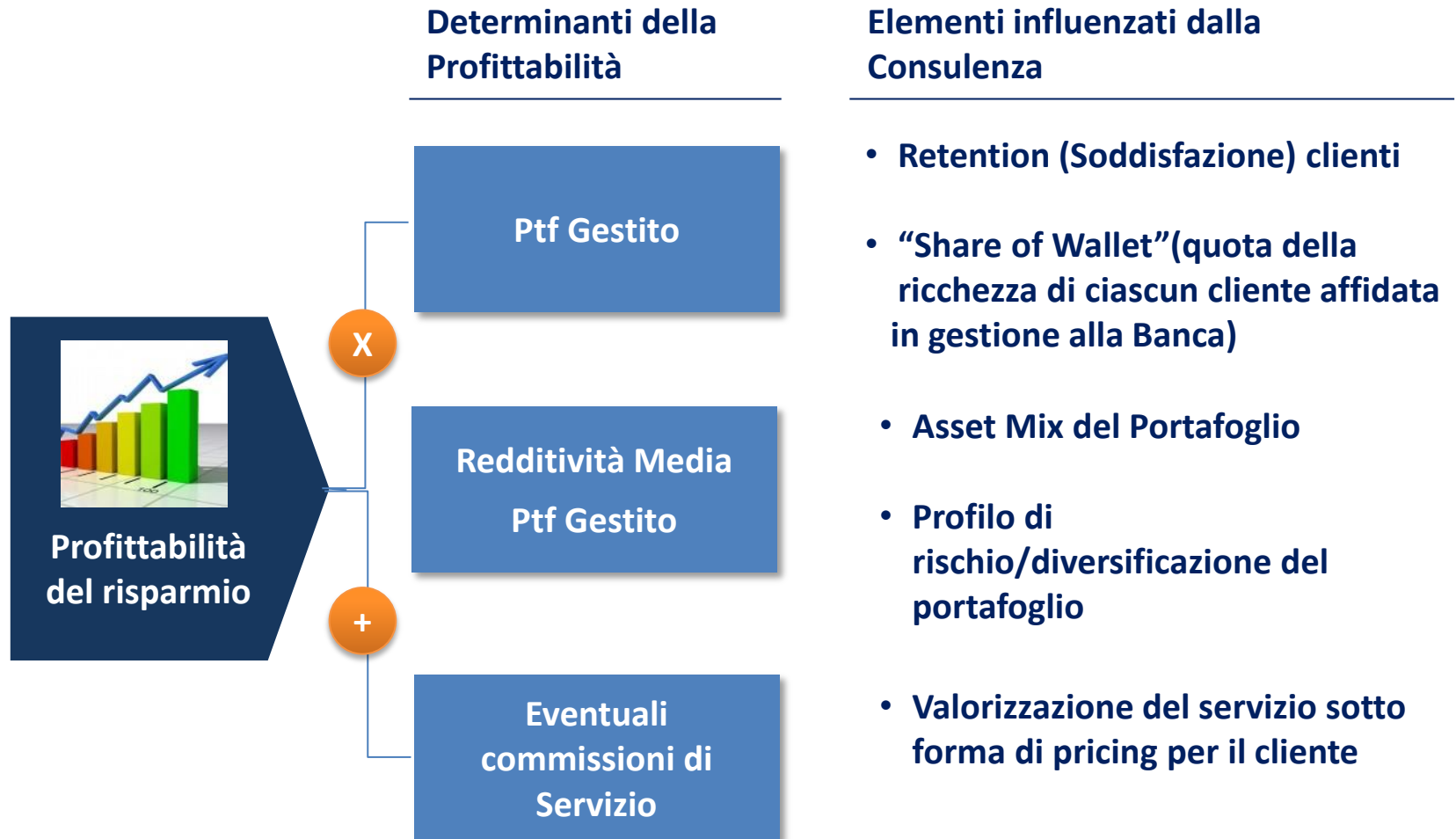
Continuo dialogo cliente-Banca

Obiettivi condivisi per ciascuna area di bisogno

Codice d'investimento della Banca

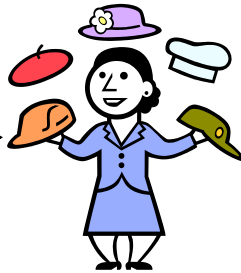
Competenze di pianificazione finanziaria e prodotti selezionati

## Il valore della consulenza per la Banca





## Prodotti : Forse la chiave sarà "tornare ai basics"



**Gamma completa ma anche semplice**

*Framework completo e modulare adatto a dare risposta a tutte le possibili esigenze dei clienti*



**Prodotti personalizzabili «su misura» dei clienti**

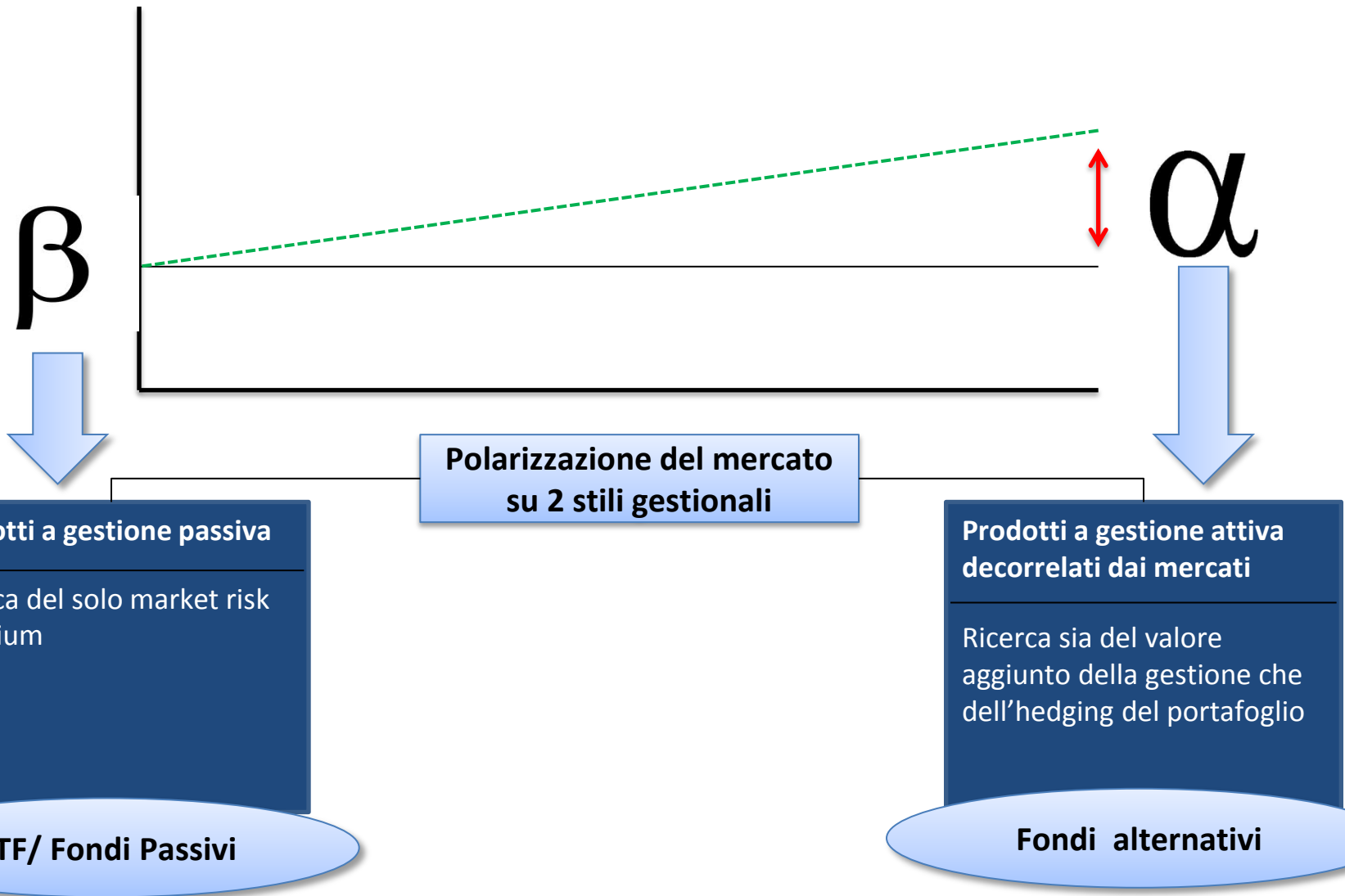
*Soluzioni di investimento costruite insieme al cliente, sulla base delle sue specificità*



**Prodotti Riconoscibili**

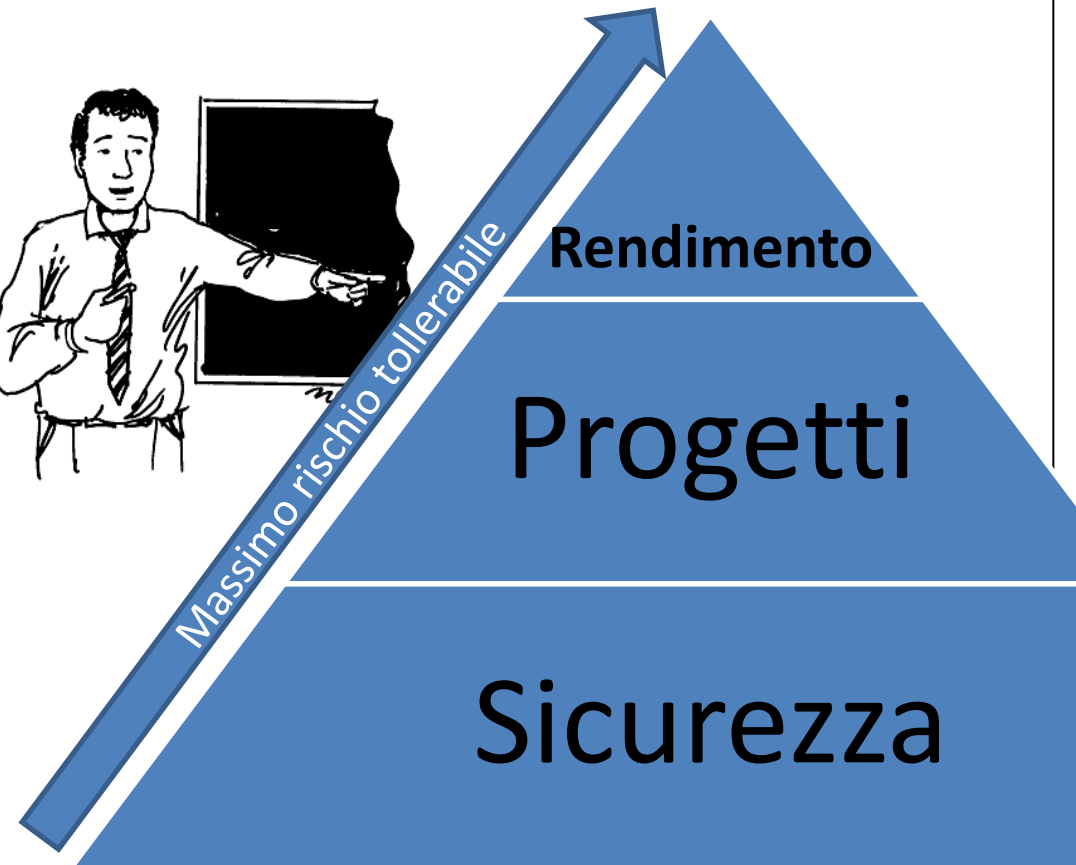
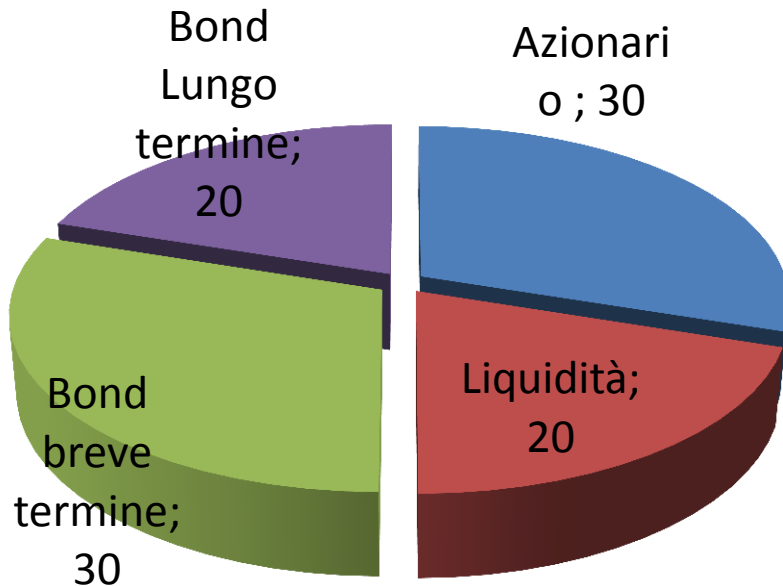
*Focus su elementi di distintività (es. prodotti con storia di successo e proposte ad alto tasso di innovazione)*

## Prodotti: polarizzazione



# Dal portafoglio efficiente alla piramide dei bisogni

## Portafoglio







- Limitato coinvolgimento e commitment da parte del vertice della banca
- Mancata formalizzazione e pianificazione del business project sulla consulenza finanziaria



- Focus sulla procedura e non sul processo
- Cultura di prodotto e non di servizio
- Mancata elaborazione di processi distintivi



- Mancata costituzione di un centro di competenza multidisciplinari (advisory board: gestione, risk, management, commerciale, marketing, compliance, legale, information technology)



- Scarso coordinamento tra centro di competenze e periferia operativa
- Investimenti sulla formazione del front end di tipo formale e non operativo
- Mancanza di punti di verifica del progetto



- Scarsa conoscenza della clientela esistente e prospect
- Mancanza dell'analisi dei bisogni della clientela
- Portafoglio prodotti e servizi scarno e non coerente

# Predisposizione del servizio

- Analisi e segmentazione della clientela
- Analisi e segmentazione del portafoglio (raccolta indiretta)
- Analisi della rete distributiva
- Analisi dei prodotti offerti
- Analisi della redditività del portafoglio

- Valutazione policy di adeguatezza
- Revisione/verifica del questionario di adeguatezza
- Utilizzo di sistemi di profilazione della clientela (CRM)
- Revisione delle procedure della consulenza
- Policy di prodotto
- Policy di gestione dei conflitti d'interesse



Definizione delle politiche e strategie dei portafogli modello  
Erogazione dei portafogli modello generalisti  
Analisi portafogli clienti (portfolio aggregation)  
Predisposizione raccomandazioni clienti evoluti  
Definizione del perimetro delle attività dei consulenti  
Definizione dei servizi di protezione e passaggio generazionale  
Definizione dei servizi di family office

Analisi della rete commerciale  
Verifica dei processi di comunicazione e formazione  
Verifica del grado di preparazione della rete  
Preparazione del processo di formazione  
Gestione delle obiezioni  
Definizione del processo di info/formazione continuo

## Con la Mifid, il modello di servizio è (deve essere) profondamente cambiato

DA...

...A



*Investitore  
«Consumatore»*



*Investitore  
«Utente»*



*Intermediario  
«Venditore»*



*Intermediario  
«fornitore di  
servizi»*

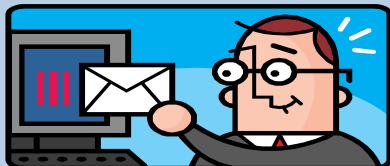


*Attraverso la MiFID, l'intermediario assume il ruolo di filtro tra il cliente e le diverse soluzioni di investimento*



## Evoluzione Competenze dei consulenti finanziari

### Competenze finanziarie



- Tecniche di finanza
- Market view
- Tool di Asset Allocation
- Due diligence portafoglio

### Competenze operative



- Pianificazione commerciale
- Analisi Esigenze del cliente
- Valutazione Propensione al rischio

### Competenze commerciali



- Campaign Management
- Tecniche di Relazione
- Gestione Obiezioni del cliente
- Network building

# Change management

L'attuale fase di mercato è contraddistinta dai cambiamenti della normativa e dalla ricerca di un vero e proprio riposizionamento degli intermediari che devono rendere più efficace il processo produttivo dei servizi.

La tendenza principale in fase di consolidamento è la riduzione degli addetti nelle aree amministrative e di back office e un ampliamento del front end rivolto alla clientela.

Le banche di maggiori dimensioni puntano sull'offerta a distanza, sulle reti di promotori e sull'online.

È rilevante lo sforzo da parte di alcuni player (Banca Fideuram, Banca Generali, Azimut) nel reclutare private banker attualmente inseriti nel mondo bancario vero e proprio.

Il change management è oggi il perno dei cambiamenti in corso sia nella ricerca di profittabilità che di adeguamento della struttura.

# Change management

Le resistenze del personale devono essere affrontate con un mix di processi che prevedono:

- La definizione di un piano di azione e di sviluppo chiaro e condiviso
- Un processo di formazione in linea con le azioni previste dalla banca
- Un sistema incentivante esplicito e in linea con le nuove linee guida della vigilanza
- La costituzione di un servizio completo e distintivo per il cliente e per la banca
- La costituzione di un team multidisciplinare a servizio della rete e dei clienti
- Il cambiamento del sistema di riporto dei consulenti alla direzione finanza (o al team dedicato)
- La definizione di momenti di confronto e di verifica del progetto

Il change management deve essere un momento di cambiamento corale di tutto il personale della banca.

# La spinta al cambiamento



# Dimenticavo

**I costi** sono l'unico elemento certo della valutazione dei fondi e degli investimenti



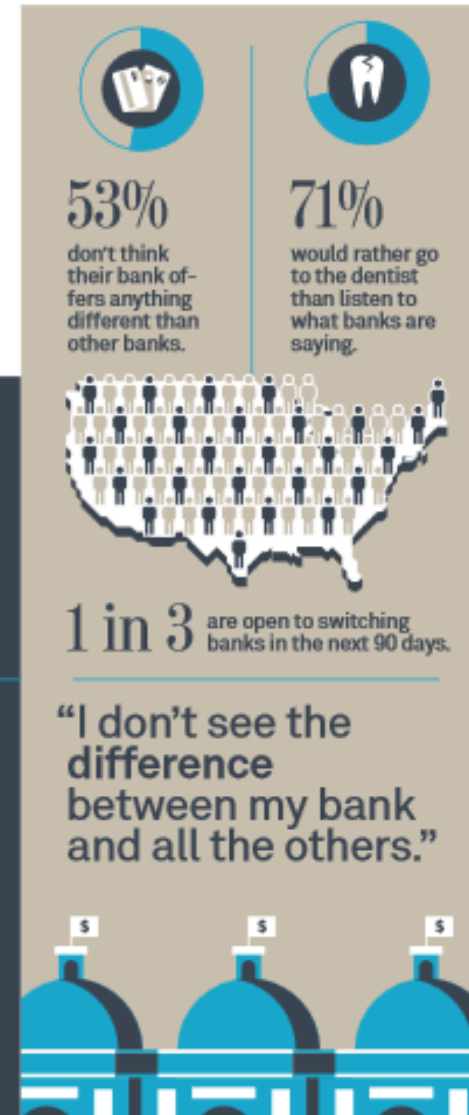
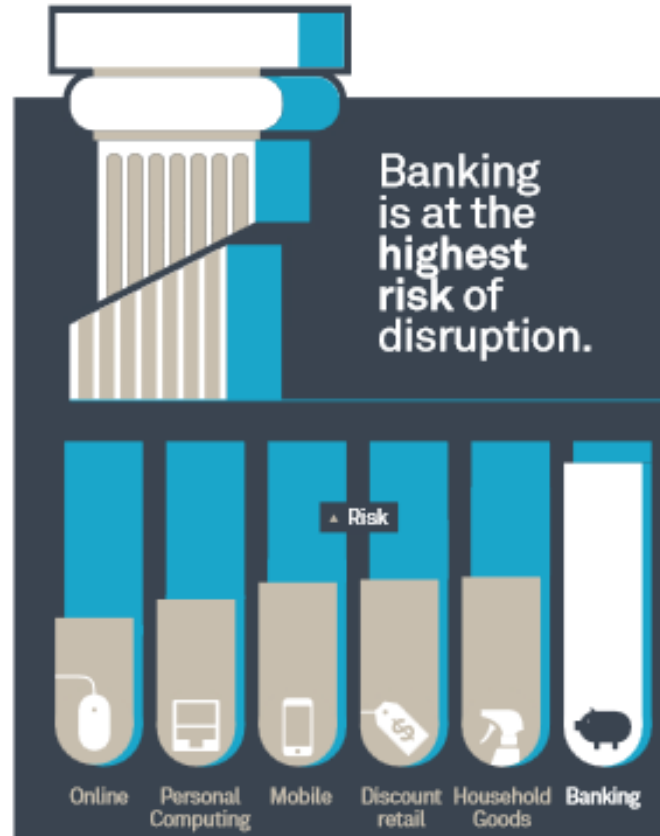


# THE MILLENNIAL DISRUPTION INDEX

Identifies the industries most likely to be transformed by Millennials, the largest generation in American history.

3 years  
 15 categories  
 200+ interviews  
 10,000+ respondents

Methodology:



## Methodology:

The data represented illuminates key findings from the Millennial Disruption Index (MDI), a three-year study of industry disruption at the hands of teens to thirtysomethings. Millennials, a generation born 1981–2000 and more than 84 million strong in the U.S. alone, use technology, collaboration and entrepreneurship to create, transform and reconstruct entire industries. As consumers, their expectations are radically different than any generation before them.

For the MDI, Scratch surveyed over 10,000 Millennials about 73 companies spanning 15 industries. The results paint a clear picture of which brands are loved, which are meeting consumer needs, and which are poised on the brink of disruption. The Index also sheds light on the topline features of companies that Millennials rely on and identify with.

A business category with a low MDI score is less vulnerable to disruption. For categories with a high MDI, Scratch forecasts disruption is imminent.

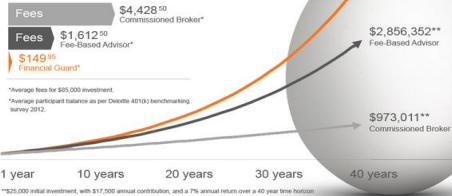
Scratch is a creative and strategic SWAT team that channels the power of Viacom's portfolio in new ways. For more information and the complete study, contact us at [scratch@viacom.com](mailto:scratch@viacom.com).





## DID YOU KNOW... Fees Matter

Less money to your advisor means a bigger nest egg for you.



## Financial Guard

INVESTMENT FEATURES



Maximize Gains with Passive Investing



Tax Aware Asset Allocation



No Commission Fees



Diversified Portfolio



Lower Taxes with Tax-Loss Harvesting



Hassle Free Investing

## UPSIDEADVISOR

### Paperless Account Opening

Upside's platform collects account opening information—including suitability—and uses DocuSign to open accounts paperlessly.



### Portfolio Selection

Upside's intelligent algorithms select the right portfolio for each client's investment objectives based on their inputs.



### Automated Trading

Upside's platform automatically creates and sends trade orders to your custodian when a client makes a deposit or withdraw or dividends are paid.



### Full Diversification

We invest in up to 12 global asset classes, each represented by an ETF, ranging from short-term Treasuries to international bonds and emerging market equities.

### Optimal Asset Allocation

Our thoughtful asset allocation means you can achieve a higher return for a given level of risk, and control risk more precisely for any given level of expected return.

### Low Cost, High Liquidity

Each ETF in the portfolio tracks a broad, well-established index, is liquid, and has a low expense ratio. This makes our portfolio one of the best values available to the individual investor.

## Professional Motifs

### Community Created Motifs

#### Search

Company, ticker, or keyword

#### Narrow Results

##### General

- New & Interesting
- Popular
- Brands You Know

##### Idea Type

- Cultural
- Current Events
- Megatrends
- Model Based

##### Industry

- Basic Materials
- Consumer

Sort: One month return | View: Grid | List | # Results: 30 | 1 2 3 4 5

NAME	INDEX	1 MO RTN	1 YR RTN	VALUATION	VOLATILITY	DIVIDEND YIELD
Chinese Solar Created By: Motif Investing	1243 (0.00%)	↑11.2%	↑17.4%	VERY HIGH	VERY HIGH	0.0%
China Internet Created By: Motif Investing	2344 (0.00%)	↓9.3%	↓54.5%	VERY HIGH	VERY HIGH	0.2%
				VERY HIGH	HIGH	0.0%
				HIGH	MEDIUM	1.5%
				HIGH	LOW	0.9%
				VERY HIGH	MEDIUM	0.2%

# MOTIF

## The HEDGEABLE 10 COMMANDMENTS

- one No Closed Door Meetings** Every meeting is open to any team member. We do not have any secrets and we encourage open discussion.
- two FLAT COMPANY STRUCTURE** We reject an old-fashioned buttoned up company culture. We encourage free and open thinking.
- three NO SUITS ALLOWED** We reject an old-fashioned buttoned up company culture. We encourage free and open thinking.
- four WORK SHOULD BE FUN** You should love to come to work, not dread it. We are all one big family, so we expect every team member to be passionate about our mission.
- five Challenge Everything** Every day we strive to push the boundaries and innovate. We would rather try to change the world, but fail on our face, than settle for mediocrity.
- six NEVER SETTLE FOR MEDIOCRITY** Hedgeable is not about fancy titles, corner offices, where you went to school, or who you know. If that is important to you, Goldman Sachs is always hiring.
- seven NO B.S.** In an open environment lying should never occur. EVER. Mistakes of transgressions are part of being human and are tolerated, covering up mistakes with lies are not.
- eight INTEGRITY & HONESTY ARE PARAMOUNT** Hedgeable is not the place for those looking for a cushy 9-5. If this is you, we strongly encourage you to look elsewhere. You will be challenged and have lots of fun in the process.
- nine No Clock Watchers** All of our decisions must be in the best interest of our clients, the American people.
- ten BUILD PRODUCTS PEOPLE WANT**

"THE BEST, FREE FINANCE TRACKING APP AVAILABLE"



PERSONAL CAPITAL

## Covestor match

Advanced search

2 What percentage of your investable assets is this? ( ? )

3 What level of risk are you comfortable with? ( ? )

4 Are the funds in a retirement account? ( ? )

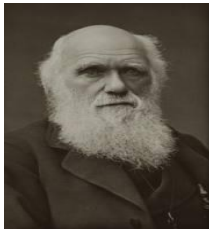
# Betterment



Non servirò più i miei clienti così!  
Non servirò più i miei clienti così!  
Non servirò più i miei clienti così!  
Non servirò più i miei clienti così!  
Non servirò più i miei clienti così!  
Non servirò più i miei clienti così!  
Non servirò più i miei clienti così!  
Non servirò più i miei clienti così!  
Non servirò più i miei clienti così!  
Non servirò più i miei clienti così!  
Non servirò più i miei clienti così!  
Non servirò più i miei clienti così!  
Non servirò più i miei clienti così!  
Non servirò più i miei clienti così!  
Non servirò più i miei clienti così!



# Grazie dell'attenzione



«Non è la specie più intelligente a sopravvivere e nemmeno quella più forte. E' quella più predisposta ai cambiamenti»

*C.Darwin*



Via Morosini 12, Milano

E-mail: [r.marcialis@mcadvisory.it](mailto:r.marcialis@mcadvisory.it)

[www.MCAdvisory.it](http://www.MCAdvisory.it)