McKinsey & Company

Prospettive sull'industria dei Consulenti Finanziari

10 Dicembre 2020

ANASF ASSOCIAZIONE NAZIONALE CONSULENTI FINANZIARI

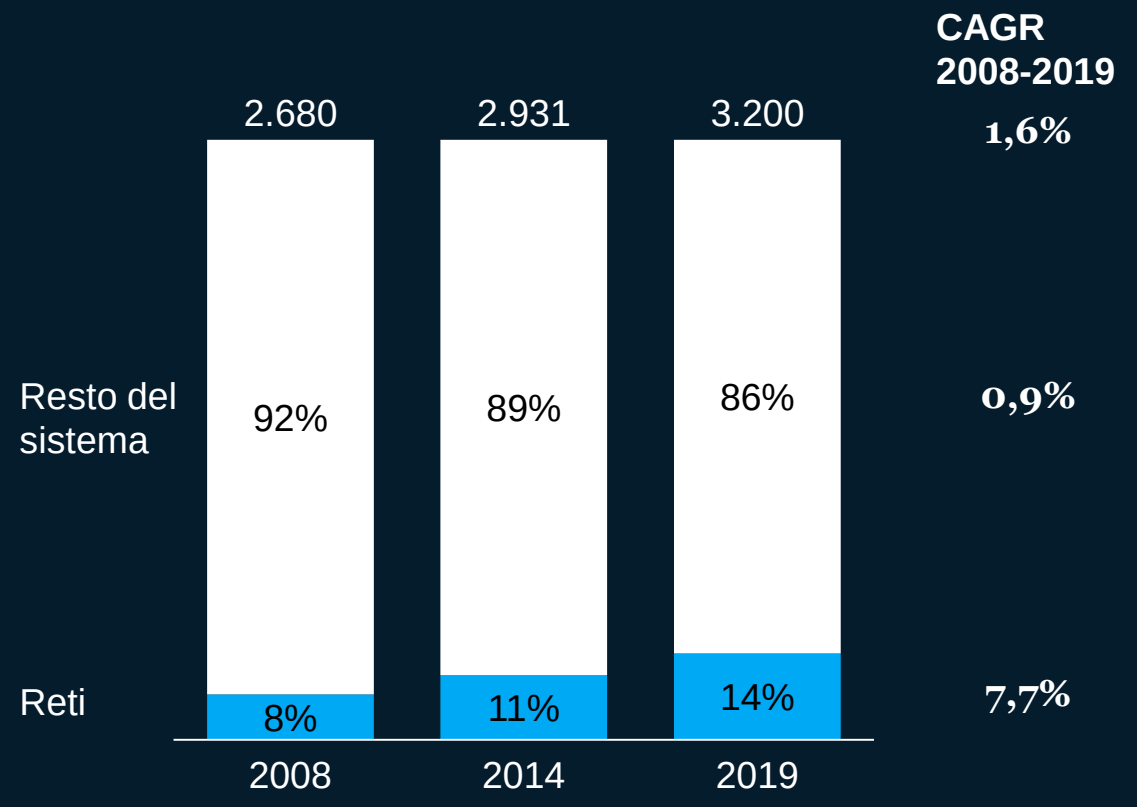
CONSULENTIA20

CONFIDENTIAL AND PROPRIETARY
Any use of this material without specific permission of McKinsey & Company is strictly prohibited

Le Reti di Consulenza Finanziaria sono giunte ad affrontare il 2020 forti di un decennio di crescita

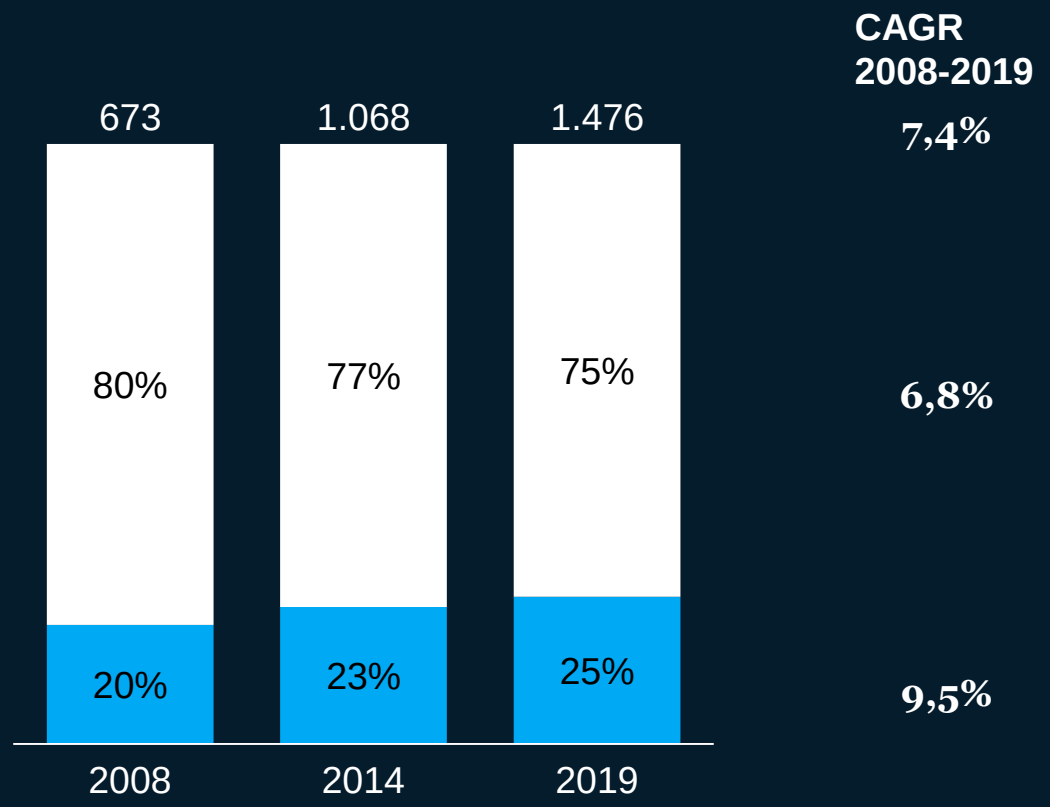
Attività Finanziarie in Italia

Miliardi di euro



Risparmio Gestito Retail in Italia

Miliardi di euro

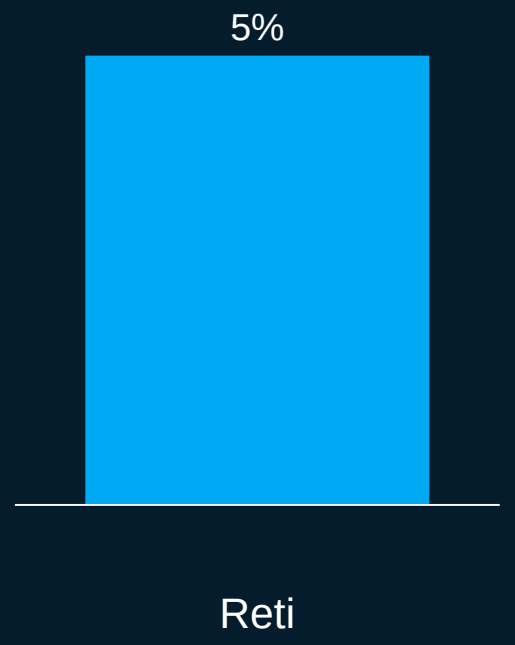


Fonte: Assoreti, Assogestioni, McKinsey & Company

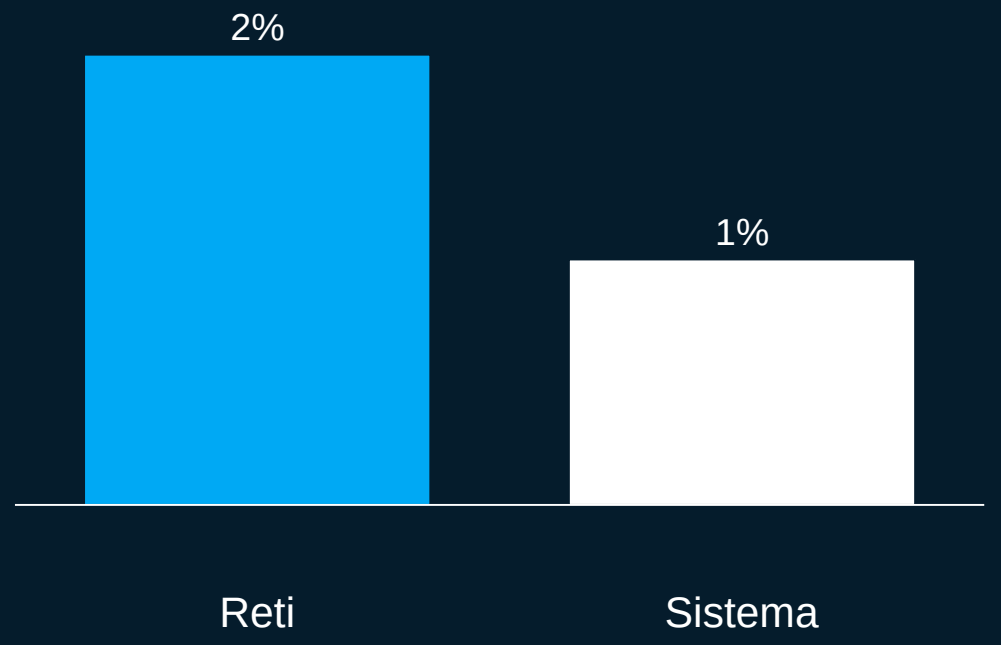
Anche nel corso del 2020, l'industria si è mostrata resiliente e capace di attrarre nuovi flussi netti di investimenti

9M 2020, % masse inizio anno

Raccolta netta totale



Raccolta netta totale fondi comuni



Fonte: Assoreti, Assogestioni, McKinsey & Company

Abbiamo monitorato l'industria dei Consulenti Finanziari durante varie fasi della crisi COVID-19

	Aprile	Giugno	Novembre
Consulenti Finanziari intervistati	~110	~170	~350
Contesto italiano	Lock-down totale	Riapertura attività	Lock-down parziale
Performance FTSE MIB YTD	-26%	-19%	-7%

Agenda

Percezione

Come l'industria dei Consulenti Finanziari ha percepito la crisi legata alla pandemia COVID-19 durante il corso dell'anno

Gestione

Come l'industria dei Consulenti Finanziari ha affrontato la crisi e supportato il cliente nelle varie fasi del ciclo economico-finanziario

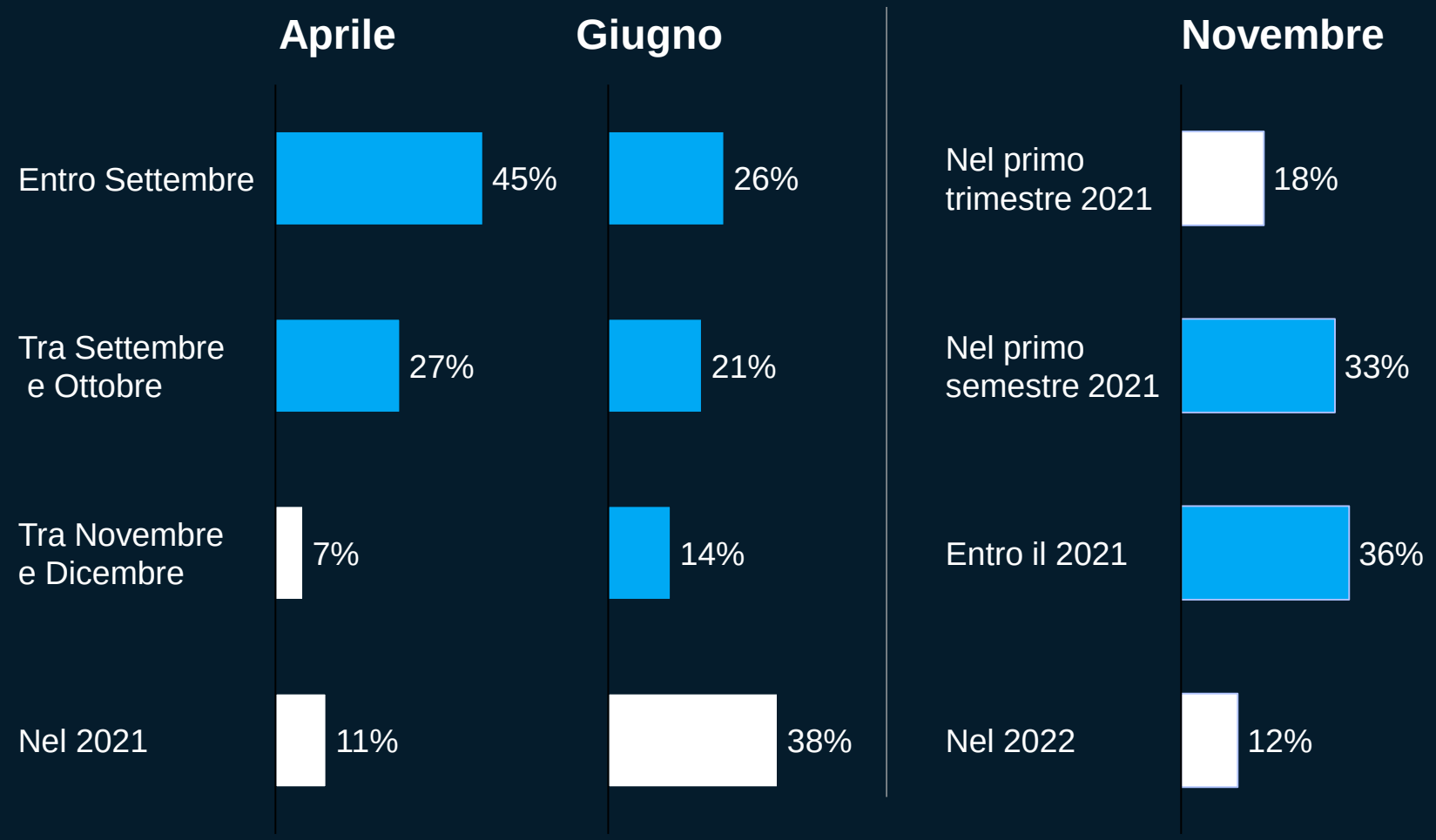
Aspettative e priorità

Quali sono le aspettative per il futuro e quali le priorità per un modello di servizio sostenibile e vincente

Dettagliato in seguito

Le aspettative dei Consulenti Finanziari sui primi segnali di ripresa si sono spostate dalla seconda metà del 2020 a fine 2021

Quando si aspetta i primi segnali di ripresa dalla crisi?

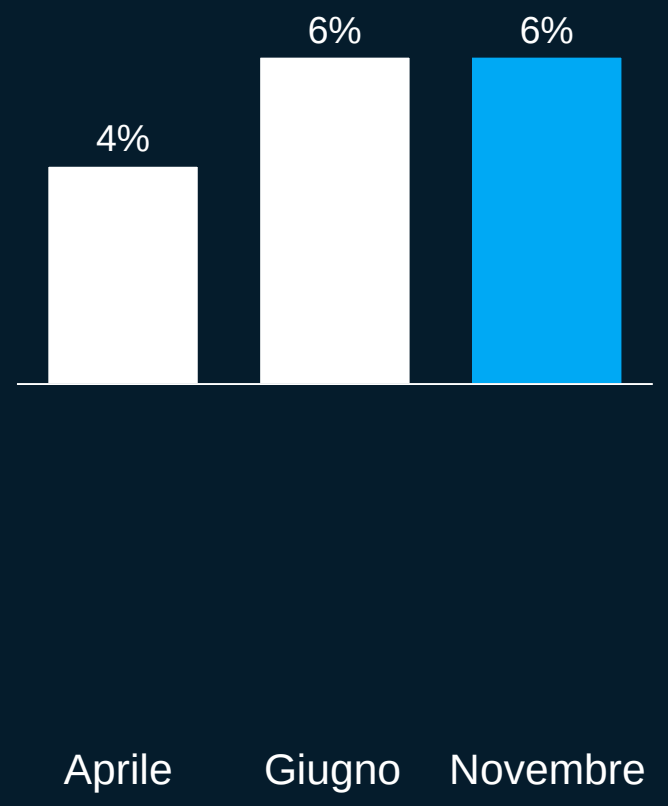


Fonte: Ricerca McKinsey ANASF 2020

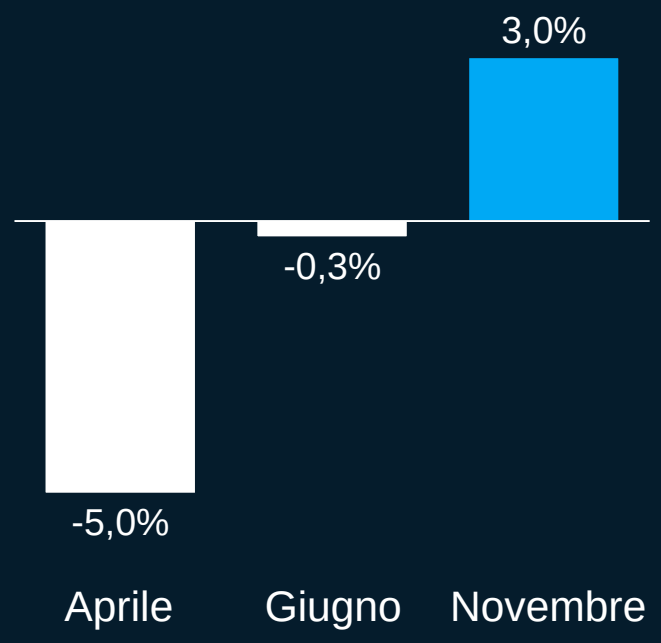
Tuttavia la fiducia dei Consulenti è progressivamente aumentata su flussi netti, performance e pricing di portafoglio per il 2020

Aspettative dei Consulenti Finanziari per il 2020 su…

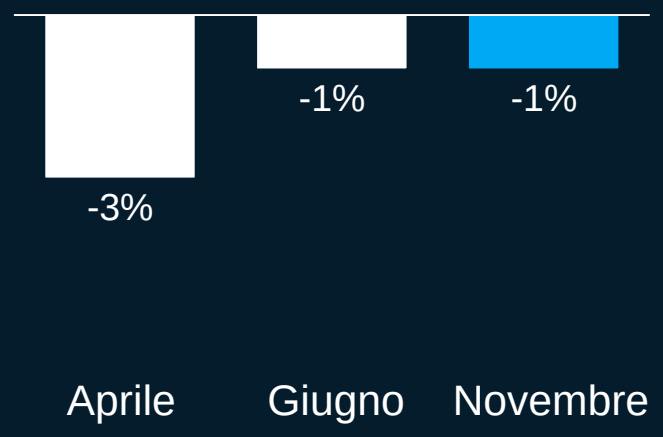
Flussi netti



Performance portafoglio



Pricing portafoglio



Source: Ricerca McKinsey ANASF 2020

Agenda

Percezione

Come l'industria dei Consulenti Finanziari ha percepito la crisi legata alla pandemia COVID-19 durante il corso dell'anno

Gestione

Come l'industria dei Consulenti Finanziari ha affrontato la crisi e supportato il cliente nelle varie fasi del ciclo economico-finanziario

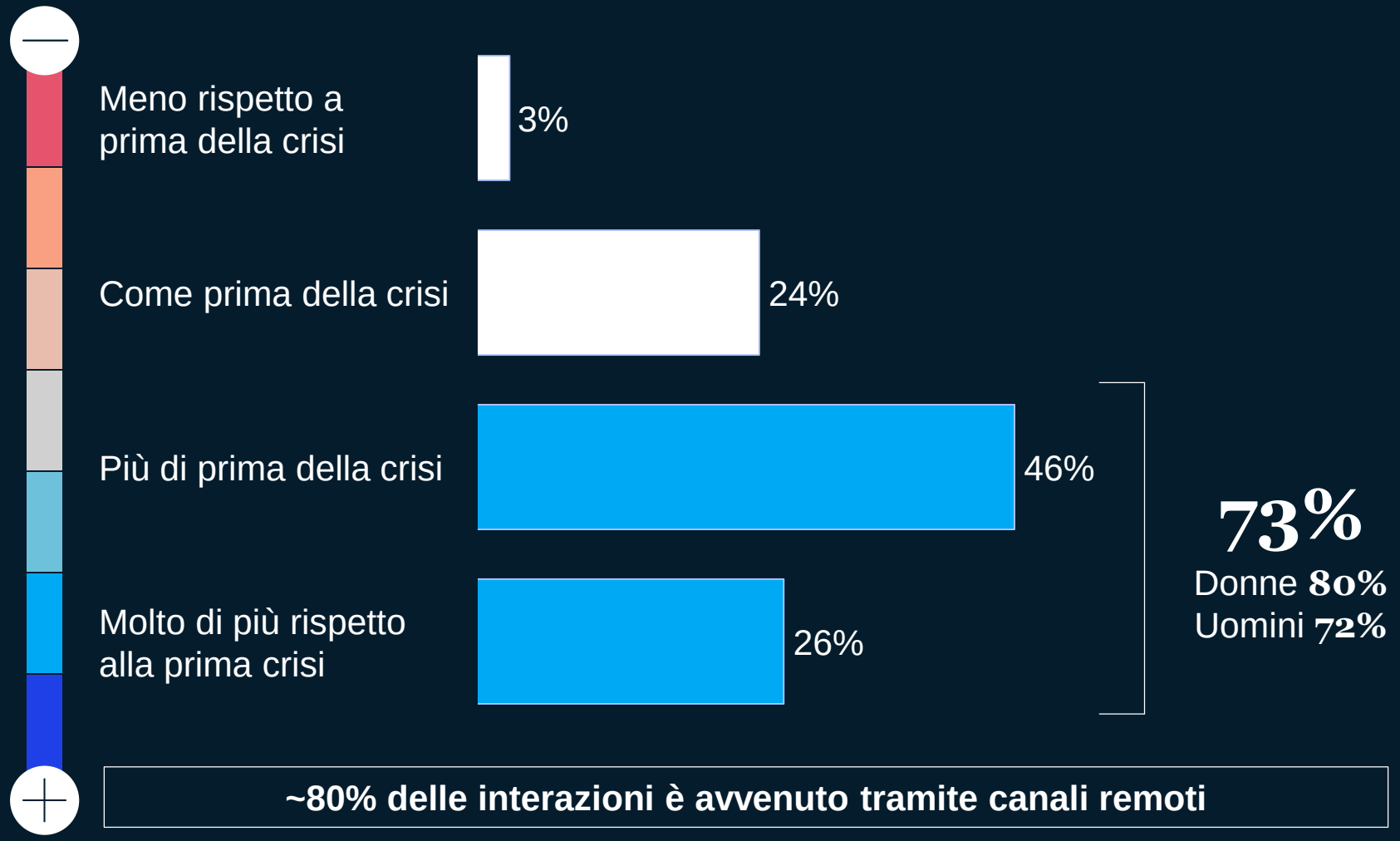
Aspettative e priorità

Quali sono le aspettative per il futuro e quali le priorità per un modello di servizio sostenibile e vincente

Dettagliato in seguito

Oltre il 70% dei Consulenti Finanziari ha intensificato le comunicazioni con i propri clienti

Con quale frequenza ha interagito con i clienti durante il periodo di crisi?

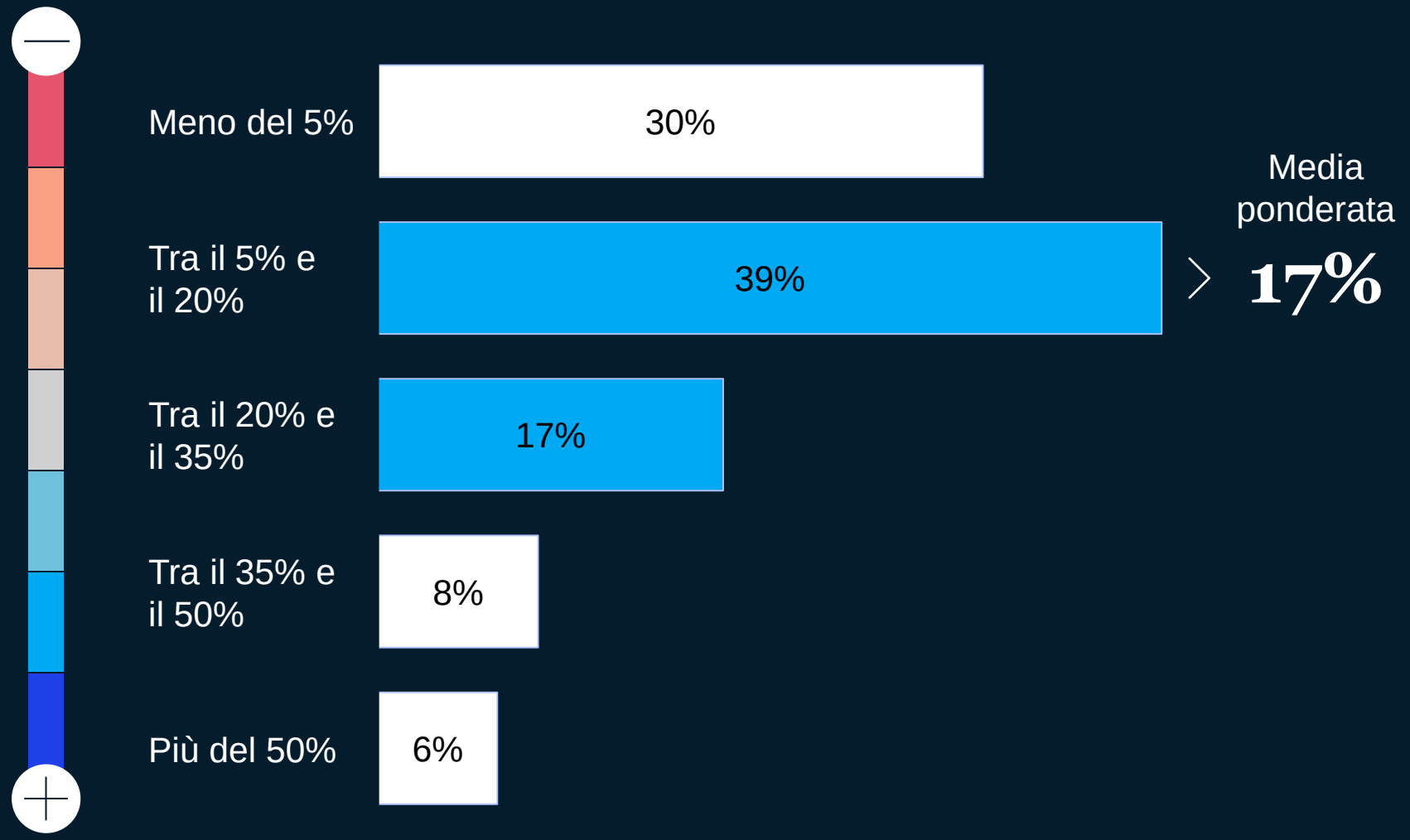


~80% delle interazioni è avvenuto tramite canali remoti

Fonte: Ricerca McKinsey ANASF 2020

Le movimentazioni di portafoglio mirate a mitigare gli effetti della crisi hanno impattato il 17% delle masse

Quale percentuale del suo portafoglio complessivo è stato impattato da movimentazioni mirate a seguito della crisi?

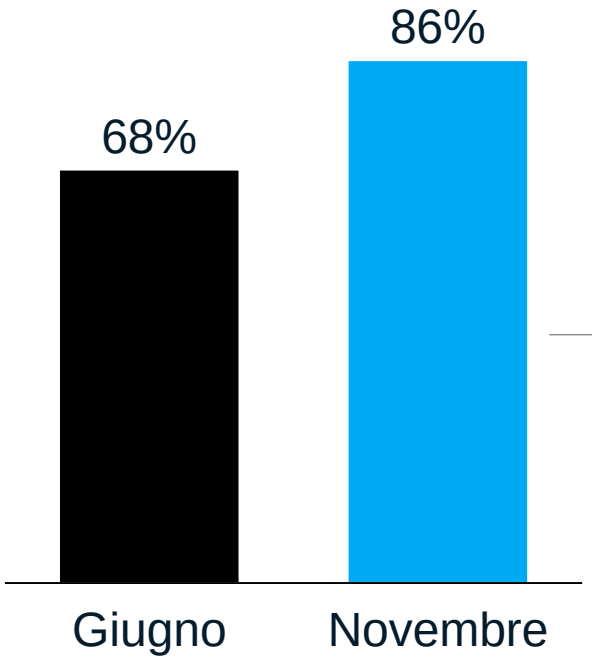


Fonte: Ricerca McKinsey ANASF 2020

I Consulenti Finanziari sono riusciti ad aumentare progressivamente la propria base clienti nel corso del 2020

“ Ha avuto modo di contattare nuovi clienti durante la crisi? ”

% risposte Sì



Per la maggior parte tramite iniziative individuali

9

Nuovi clienti in media per Consulente Finanziario

Agenda

Percezione

Come l'industria dei Consulenti Finanziari ha percepito la crisi legata alla pandemia COVID-19 durante il corso dell'anno

Gestione

Come l'industria dei Consulenti Finanziari ha affrontato la crisi e supportato il cliente nelle varie fasi del ciclo economico-finanziario

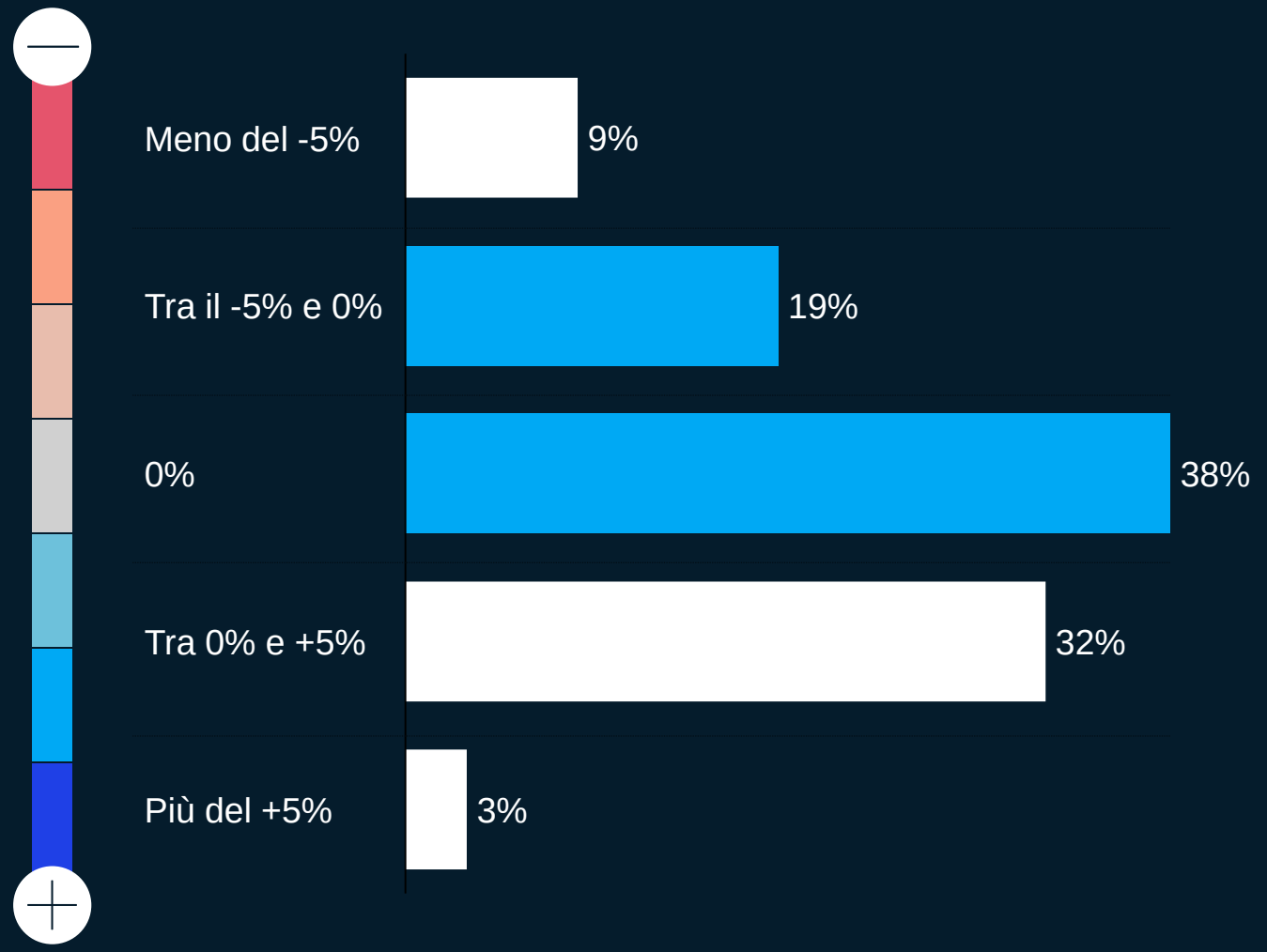
Aspettative e priorità

Quali sono le aspettative per il futuro e quali le priorità per un modello di servizio sostenibile e vincente

Dettagliato in seguito

L'impatto sul pricing stimato dai CF per il 2021 è quasi nullo…

Quale sarà l'impatto sul pricing osservato a fine 2021?



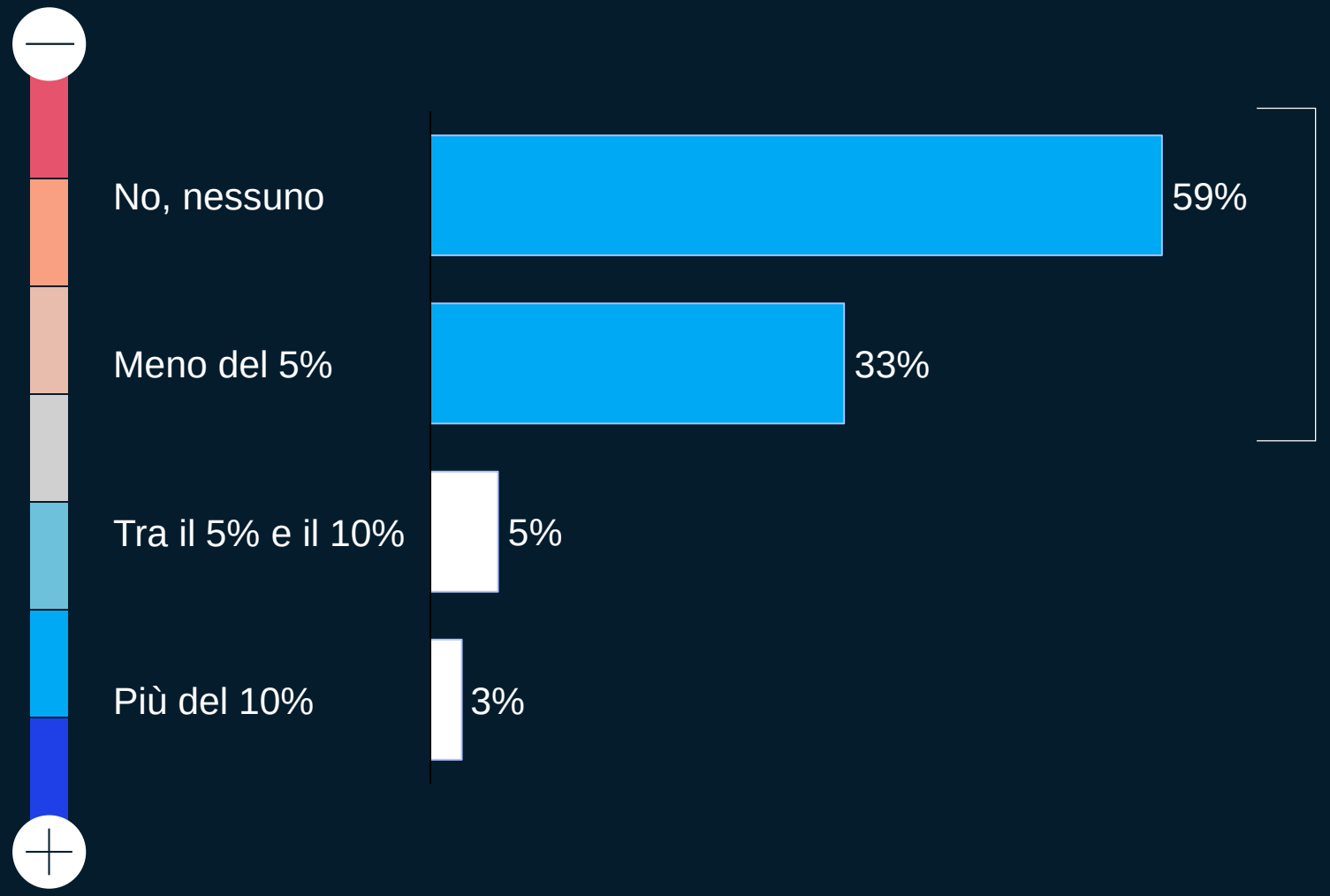
Media ponderata
-0,5%

Donne: **0,3%**
Uomini: **-0,6%**

Fonte: Ricerca McKinsey ANASF 2020

… e le aspettative di perdita dei clienti sono contenute

Teme che gli effetti negativi della crisi possano portare a una perdita di clienti a fine 2021?



Fonte: Ricerca McKinsey ANASF 2020

Tuttavia, alcuni trend emersi durante la crisi si stanno progressivamente trasformando in strutturali

A

Nuovi bisogni di investimento

B

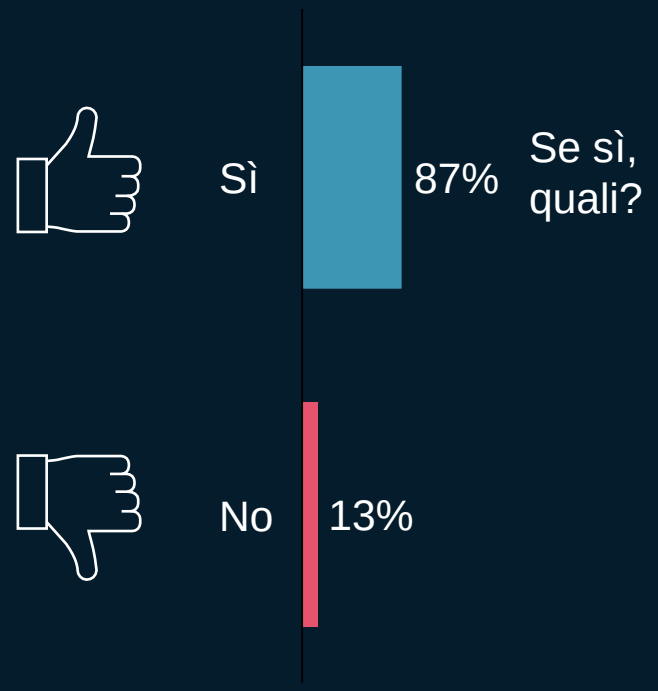
Nuove modalità di svolgere la professione

C

Crescente necessità di servizi digitali

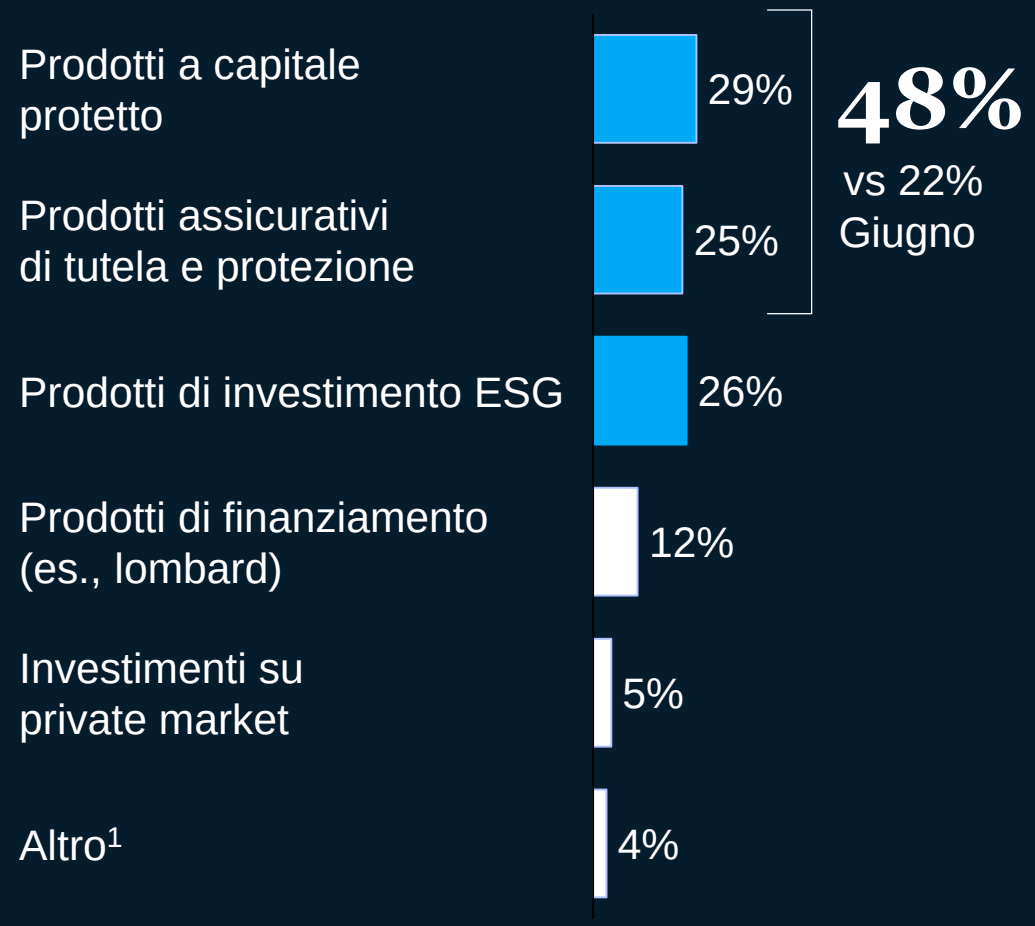
A: Nuovi bisogni di investimento stanno guadagnando una crescente rilevanza

Ha registrato particolari necessità di prodotto da parte dei suoi clienti?



Se sì, quali?

XX Media ponderata includendo chi non ha registrato particolari necessità



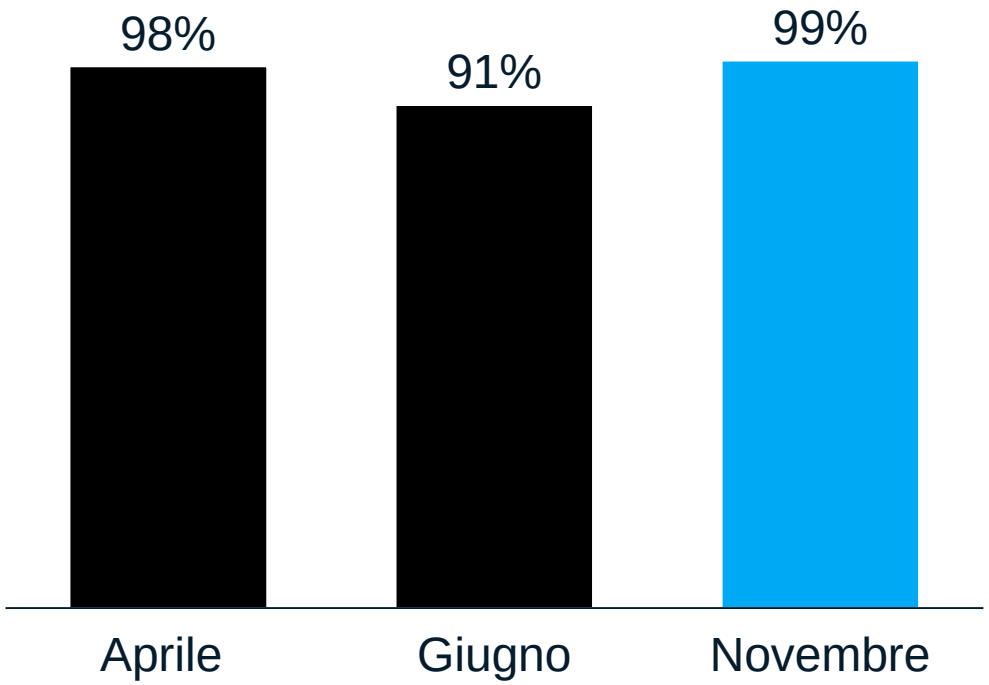
1. Es. Fondi azionari, Strumenti per la liquidità

Fonte: Ricerca McKinsey ANASF 2020

B: Cambiamenti strutturali nella professione sono previsti dalla quasi totalità dei Consulenti Finanziari

“ Ritiene che a seguito della crisi possa cambiare qualcosa nella sua professione? ”

% risposte Sì



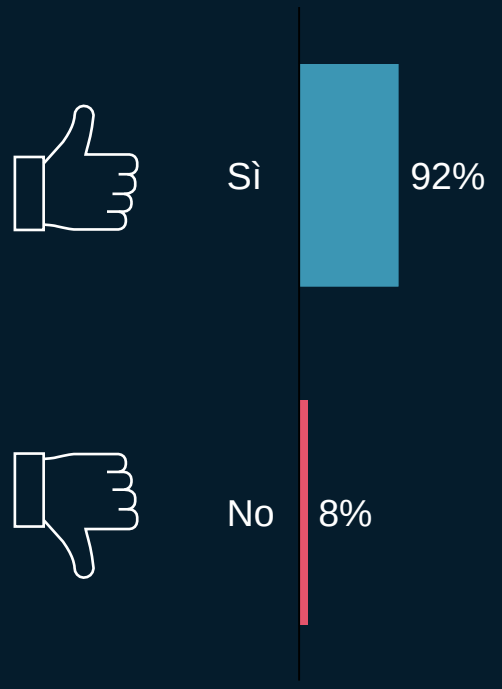
Principali cambiamenti

- Gestione clienti da remoto
- Aumento web collaboration
- Utilizzo onboarding digitale

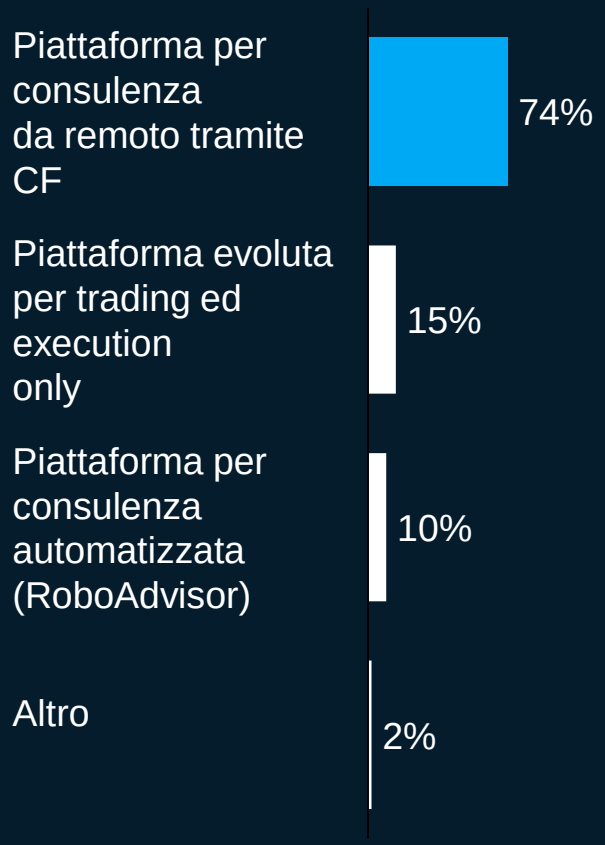
Source: Ricerca McKinsey ANASF 2020

C: Viene percepita una crescente necessità di servizi digitali

Ritiene che, a seguito della crisi, ci possa essere un aumento della domanda da parte dei clienti per alcuni servizi digitali?



Se sì, cosa in particolare?



~70%

Media ponderata includendo chi non ritiene ci sarà alcun aumento

Fonte: Ricerca McKinsey ANASF 2020

Quali priorità per l'industria della Consulenza Finanziaria e del Wealth Management?

Garantire customer experience tramite la tecnologia

1 Garantire una customer experience multicanale di nuova generazione

2 Reinventare la consulenza e il relationship management grazie alla tecnologia

3 Accelerare il ritmo dell'innovazione

Riconfigurare il modello operativo

4 Riprogettare il modello di coverage

5 Utilizzare approccio zero-based per le funzioni centrali

6 Adottare modalità di lavoro agile per garantire maggiore flessibilità alla forza lavoro

Fornire uno scopo alle decisioni di business

7 Riflettere sulla vision aziendale

8 Adottare un approccio olistico per creare valore per i clienti

9 Includere uno scopo extra-finanziario alle soluzioni di investimento

Fonte: McKinsey