

## AIPB: si parla di Noi



# Vince l'intelligenza emotiva

La tecnologia avanza senza soste, ma non oscurerà il consulente in carne e ossa  
Per gli operatori attuali del mercato sarà fondamentale la disponibilità all'innovazione

DI SIMONA MAGGI\*

In un'indagine sulla soddisfazione dei **private banker**, condotta da Aipb su circa 2.400 professionisti, l'80% si dichiara consapevole che il perimetro della professione è destinato ad ampliarsi e la metà di loro è ottimista al riguardo. Tuttavia l'attenzione sembra essere focalizzata sugli aspetti professionali (il 42% crede che sarà necessario un aumento di professionalità e il 36% che verrà richiesta una consulenza di tipo globale) e diminuisce quando si parla di tecniche relazionali con il cliente (36%) e di maggior aggiornamento tecnologico (12%).

## Quattro priorità

Se si prendono in considerazione le caratteristiche richieste dagli operatori di private banking, i conti però non tornano. Al professionista è richiesto infatti di:

- acquisire e fidelizzare la clientela tramite l'offerta del modello di servizio della banca;
- operare in coerenza con la strategia distributiva definita dalla banca, gestendo in modo personalizzato la relazione con i clienti;
- migliorare la consapevolezza

d'investimento del cliente, aiutandolo a cogliere tutte le opportunità offerte dal servizio;

- contribuire all'educazione finanziaria della clientela valorizzando la propria formazione continua.

## La persona è essenziale

Per esercitare la professione, il saper entrare in sintonia con le persone rappresenta quindi una componente essenziale.

Attitudine, questa, che permetterà di avere un ruolo importante anche quando la **tecnologia** trasformerà il nostro settore. Con il miglioramento dell'intelligenza artificiale, spariranno molti lavori "intellettuali", comprese quelle attività che fino a poco tempo fa non si potevano svolgere senza la partecipazione di un essere umano reale e addestrato come l'insegnante, il medico, il consulente finanziario, il broker azionario, l'operatore di

## Come la clientela vede il professionista

Il cliente reputa fondamentale il ruolo del private banker come semplificatore, mediatore e portatore delle sue esigenze presso la banca, per questo è spesso il numero 1...



Primo motivo di scelta della banca principale  
"Professionalità del referente"

2° banca storica di famiglia  
3° riferimento per gli investimenti



Primo touch point su 14  
"Incontro con referente"

2° sportello  
3° telefonata con referente



Prima motivazione di soddisfazione su 8  
"Competenza professionale"

2° referente  
3° consulenza

Fonte: AIPB



**La capacità di persuasione e l'empatia diventeranno sempre più fattori in grado di fare la differenza**

marketing e il consulente aziendale. Queste professioni seguono prevalentemente lo stesso schema: raccogliere dati; analizzare dati; interpretare i risultati; definire il migliore corso di azione e implementare il corso di azione prescelto.

#### Sviluppo delle competenze

L'intelligenza artificiale supererà velocemente quella umana sulle prime due capacità e questo modificherà il set di competenze necessarie per chi vuole continuare

a svolgere con successo queste professioni. L'attenzione dei professionisti dovrà quindi essere rivolta allo sviluppo di competenze e capacità che l'intelligenza artificiale farà fatica a replicare come **capire, motivare e interagire con esseri umani**. La capacità di persuasione, la sensibilità sociale e l'empatia diventeranno elementi di differenziazione man mano che l'intelligenza artificiale e l'apprendimento delle macchine rileveranno altri nostri compiti. Il fatto che queste competenze soft

siano sempre state messe in secondo piano, a livello di formazione e di addestramento, dovrà quindi cambiare.

#### Sfide da affrontare

Tre sono le raccomandazioni rivolte, in particolare, ai private banker: Non opporsi ai progressi della tecnologia. L'intelligenza artificiale è in grado di migliorare i risultati e ridurre i costi, perciò non serve combattere i robot. È meglio accettare di buon grado il cambiamento in atto nel settore e nella professione per renderlo fruttuoso e complementare.

**Esaminare la propria capacità di interagire** con le persone, motivarle e valutarle. È più utile riconoscere i propri punti di forza e di debolezza in termini di intelligenza emotiva e sviluppare queste capacità così come si fa per gli aspetti più tecnici del lavoro. **Investire nello sviluppo dell'intelligenza emotiva**. Il modo più semplice è cambiare il proprio modello mentale di ciò che conta nel ruolo che si ricopre e cominciare a focalizzarsi su come si potrebbero gestire meglio e più produttivamente le relazioni interpersonali. Se si riesce a diventare particolarmente bravi nel ruolo di motivatori, gestori o ascoltatori, si avrà quindi una parte importante da giocare anche quando la tecnologia trasformerà il nostro settore.

---

\*Direttore scientifico di Aipb

---