

DOVE VANNO I PROMOTORI

Quali sono i prodotti su cui puntano di più? Perché vorrebbero cambiare rete? Chi crede nell'opportunità delle pensioni? Quanti si stanno spostando sui mutui? Promotore Census glielo ha chiesto. E, sorpresa... sorpresa, ecco cosa hanno risposto.

I promotori sostengono che vogliono fare più consulenza personalizzata di asset allocation ai propri clienti rispetto al recente passato. La tendenza è infatti quella di utilizzare più fondi e sicav piuttosto che gestioni multi-manager "uguali per tutti" in modo da poter scegliere il mix di portafoglio più indicato per il singolo cliente. Sembra invece non aumentare l'interesse dei promotori verso i prodotti di investimento assicurativo, nonostante gli sforzi di alcune compa-

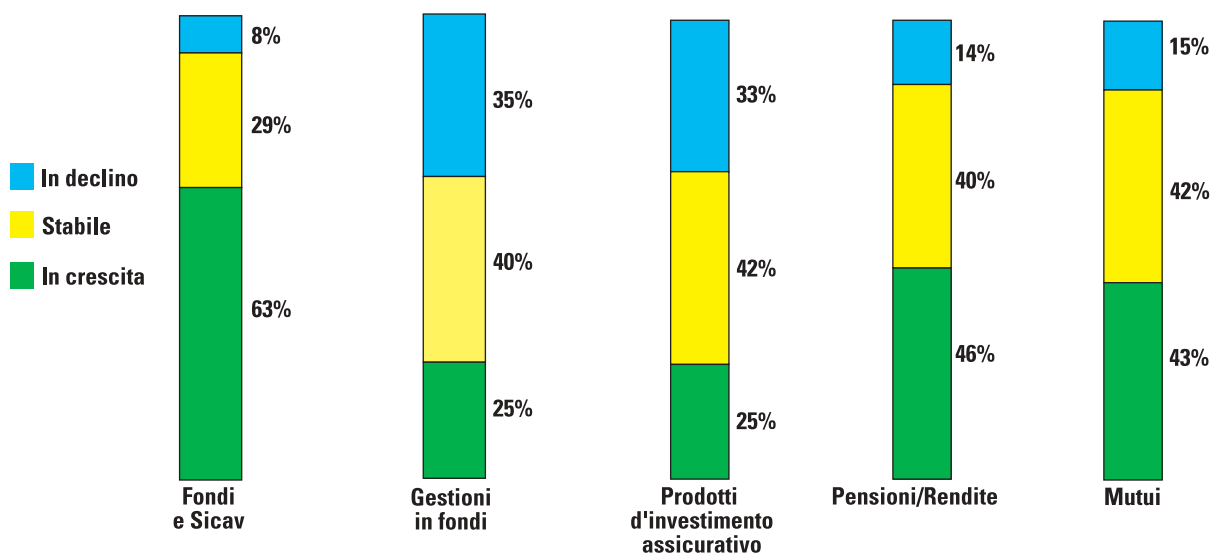
gnie di assicurazioni per rendere i prodotti più attraenti. L'incidenza delle soluzioni di investimento garantite e protette sta sicuramente diminuendo nei portafogli dei promotori, soprattutto nell'ambito della loro clientela più affluente. Pensioni e mutui sono opportunità di business dalle quali sono attirati un numero maggiore di promotori rispetto al passato. Soprattutto sembrano interessati a sviluppare questo tipo di offerta per i loro clienti mass market.

Focus

■ Promotore Census è una piattaforma di indagini trimestrali online su un campione di oltre 200 promotori finanziari sviluppata da NMG financial services consulting in collaborazione con Consultique. NMG è una società di consulenza strategica e di marketing specializzata nei servizi finanziari costituita nel '91 a Singapore con 20 sedi nel mondo (in Italia a Milano).



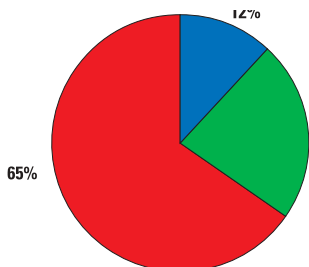
CON QUALI PRODOTTI OGGI STA CRESCENDO DI PIÙ?



FONDI/SICAV, PENSIONI E MUTUI SONO I PRODOTTI AD OGGI A MAGGIORE CRESCITA E DI INTERESSE. GESTIONI IN FONDI E PRODOTTI ASSICURATIVI D'INVESTIMENTO SONO CARATTERIZZATI INVECE DA UN LIEVE DECLINO RISPETTO AL PASSATO

SU QUALE DI QUESTE AREE DI BUSINESS VUOLE PUNTARE NEI PROSSIMI SEI MESI?

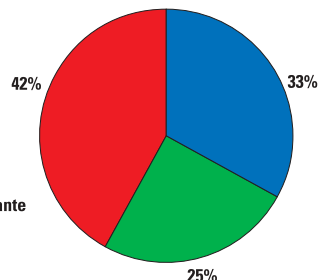
Portafoglio medio clienti < Euro 100.000



PENSIONI

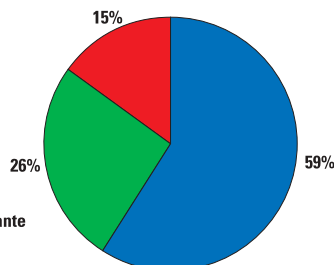
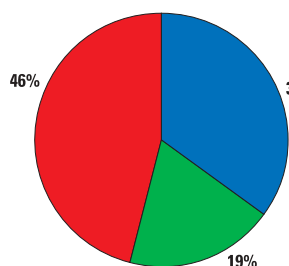
- Molto importante
- Mediamente importante
- Non del tutto/Per niente importante

Portafoglio medio clienti > Euro 100.000



MUTUI

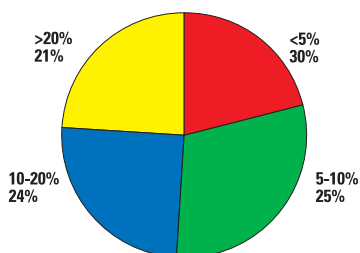
- Molto importante
- Mediamente importante
- Non del tutto/Per niente importante



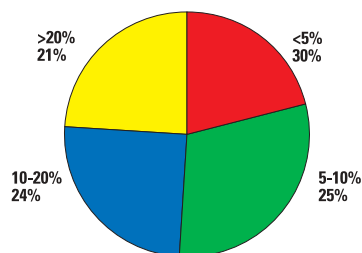
I PROMOTORI CON CLIENTI MASS MARKET RITENGONO IMPORTANTI I PRODOTTI PENSIONISTICI E I MUTUI PER CONTINUARE A CRESCERE, ALMENO NEI PROSSIMI SEI MESI. I PROMOTORI CON CLIENTI AFFLUENT, CREDONO NEL BUSINESS DELLE PENSIONI, ANCHE SE PIÙ DELLA METÀ NON SONO CONVINTI DELL'OPPORTUNITÀ. POCO INTERESSE INVECE DA PARTE DI QUESTO SEGMENTO DI PROMOTORI PER I PRODOTTI MUTUI

CHE PERCENTUALE DEL SUO PORTAFOGLIO È INVESTITA IN PRODOTTI DI INVESTIMENTO PROTETTI E GARANTITI?

Portafoglio medio clienti < Euro 100.000

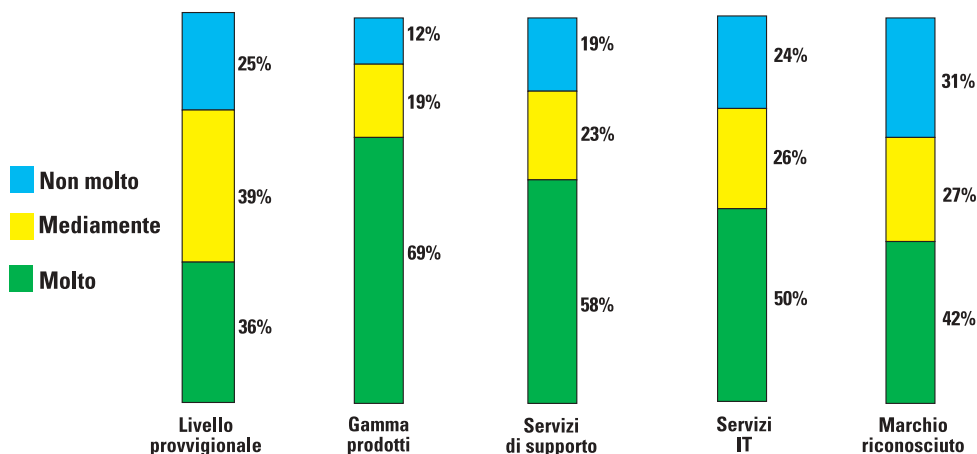


Portafoglio medio clienti > Euro 100.000



IL PROMOTORE CON CLIENTI MASS MARKET TENDE A CONSIGLIARE AI CLIENTI PRODOTTI DI INVESTIMENTO PROTETTI E GARANTITI. POCHI INVESTIMENTI GARANTITI SONO INVECE OFFERTI AL CLIENTE AFFLUENT.

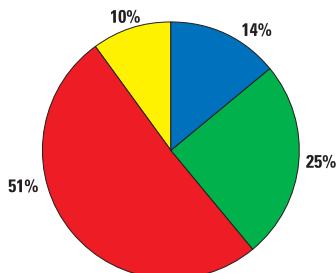
PER QUALI MOTIVI HA SCELTO DI COLLABORARE CON LA SUA RETE?



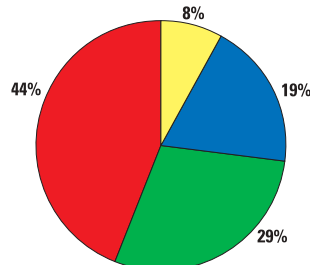
GLI ASPETTI CHE CONTANO DI PIÙ SONO: AMPIEZZA DELLA GAMMA PRODOTTI E IL LIVELLO DEL SERVIZIO, SIA PER MISURARE IL LIVELLO DI SODDISFAZIONE, SIA PER SCEGLIERE LA RETE CON CUI COLLABORARE

QUANTO È CONVINTO DI RIMANERE CON LA SUA RETE?

Reti con meno di 1.000 Promotori Finanziari

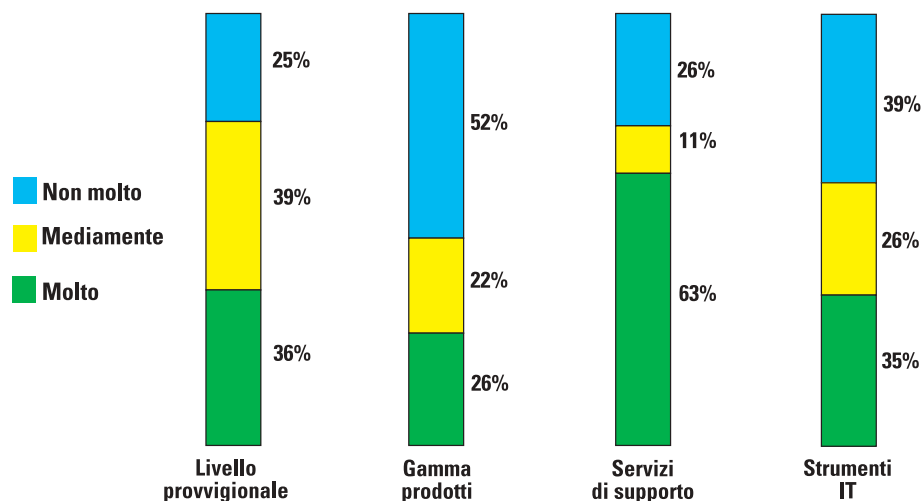


Reti con più di 1.000 Promotori Finanziari



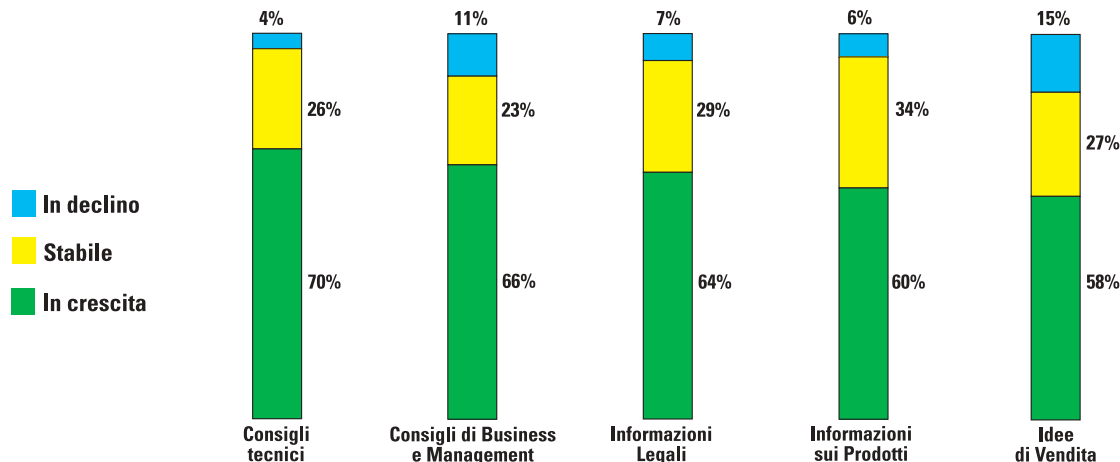
IL PROMOTORE DELLE RETI PIÙ PICCOLE È MEDIAMENTE PIÙ FEDELE RISPETTO A QUELLO DELLE RETI PIÙ GRANDI. FRA I PROMOTORI DELLE RETI PIÙ GRANDI SONO IN MOLTI A NON ESSERE CONVINTI O PREFERISCONO NON RISPONDERE

PER QUALE MOTIVO VORREBBE CAMBIARE RETE?



LIVELLO DEL SERVIZIO E STRUTTURA DELLE PROVVISIIONI, SONO GLI ASPETTI DI MAGGIORE INSODDISFAZIONE. LA GAMMA DI OFFERTA NON È UN VERO ASPETTO PER MISURARE LA QUALITÀ DELLA RETE

QUALI DI QUESTI ASPETTI MIGLIOREREBBE NELL'AMBITO DEL SERVIZIO OFFERTO DALLA SUA RETE?



I PROMOTORI VOGLIONO DI PIÙ, DAI CONSIGLI SU COME CATTURARE NUOVI CLIENTI E SULLE IDEE DI VENDITA A MAGGIORI INFORMAZIONI SUI PRODOTTI E A SUPPORTI SU COME GESTIRE IL PROPRIO BUSINESS