

Innovazione L'esperto: «Nell'era di Facebook il rapporto con il cliente diventa più democratico»

Credito, Abi a lezione da Monti

Il ricercatore trentino a Roma con la sua «banca cognitiva»

Chi è

Dalle Rurali al Max Planck

Laureato in economia all'università Bocconi di Milano, dove consegue anche il dottorato, Marco Monti partecipa nel 2008 alla prima edizione di Incipit (il progetto di mutualità innovativa ideato dalla Cassa Rurale Giudicarie Valsabbia Paganella in collaborazione con Formazione e Lavoro) e vince il primo premio. L'incontro con Giorgio Pasolli, direttore di Formazione Lavoro, lo porta a tenere corsi di finanza comportamentale. Nasce l'idea di fondare «La Banca Cognitiva», laboratorio di idee per mettere a sistema energie e sforzi di ricerca e formazione condivisi dai direttori di alcune Casse Rurali trentine. Con questo progetto, Marco Monti partecipa a un concorso al Max Planck Institute di Berlino e viene assunto come ricercatore.

TRENTO — Nel rapporto fra la banca e l'investitore-cliente, la sfida del futuro è passare dal «paternalismo» alla capacità di «governare insieme la complessità», la stessa direzione che deve intraprendere il rapporto fra paziente e medico. Questi i concetti che il ricercatore trentino Marco Monti ha spiegato nelle scorse settimane alla platea romana dell'Abi, Associazione bancaria italiana, in occasione del meeting «Dimensione cliente 2011».

Dopo una crisi economica dalla quale gli istituti di credito, soprattutto negli Usa, non sembrano aver imparato la lezione, le banche italiane hanno capito che occorre riconquistare la fiducia del cliente. Da tre anni Monti studia questa materia per il Max Planck institute e l'invito a parlare di fronte ai rappresentanti di tutto il credito nazionale testimonia l'interesse crescente per le sue ricerche. La materia è quanto mai concreta: le strategie di migliore comunicazione con il cliente possono proteggere l'istituto stesso da danni finanziari. Insomma si parla di etica ma anche di soldi.

Il primo concetto su cui insi-



Roma L'intervento di Marco Monti nel convegno dell'Abi

ste Monti è che la fiducia — a prescindere dal momento storico particolare, in cui una persona può fidarsi più o meno di un consulente finanziario — si costruisce «con la capacità di ascoltare, con l'uso di un lessico comprensibile e con la verifica se il cliente ha capito veramente». Una necessità per le banche nel 2011, «nell'epoca in cui il cliente può dialogare direttamente tramite social network con l'istituto. Il messaggio è diventato bidirezionale e non occorre essere esperti

di internet per mettere sotto pressione una banca, del cambiamento trae beneficio anche il 70enne che non usa Facebook. Il tutto diventa più democratico».

Le ricerche di Monti cercano analogie anche con l'ambito sanitario: «A causa della cattiva comunicazione fra medico e paziente un terzo delle diagnosi sono sbagliate, si fa una quantità enorme di esami per niente e il paziente tende a delegare le decisioni importanti al medico, come capita in ban-

ca». «La richiesta della persona poco esperta — continua il ricercatore — è di una risposta univoca e deterministica, mentre in realtà ci possono essere solo approcci probabilistici». La speranza è che, negli ambiti sia finanziari che medici, l'educazione ricevuta in gioventù «renda più propenso il 75enne del futuro a ragionare in termini di scenari, senza cercare false rassicurazioni da chi è esperto del settore». La conclusione di Monti deriva anche dalla convinzione che «non esista una divisione netta fra emozione e razionalità», che si tratti quindi «di un continuum. Anche il panico è una risposta fisiologica al non conoscere».

L'obiettivo di finanza e medicina è dunque quello di avere a che fare «con persone più preparate. In questo senso le Casse rurali, che sono molto radicate nel territorio, hanno una minore distanza esperienziale nei confronti dei clienti, rispetto alla realtà che vivono le grandi banche commerciali» osserva Monti. L'evoluzione arriva sia da un cambiamento di approccio, sia dalla disponibilità di nuove tecnologie.

Enrico Orfano