

Obiettivi di famiglia: come comunicarli? Gaetano Scirè 19/07/23

Se Pinocchio fosse stato una burattina avrebbe sotterrato i suoi zecchini d'oro, perdendoli per sempre, così come consigliavano il gatto e la volpe?

E se "Lehman Brothers" (la banca americana fallita nel 2008) si fosse chiamata "Lehman Sisters" sarebbe cambiato qualcosa?

Io penso sinceramente che avremmo assistito a qualcosa di diverso, non so con quali esiti finali, ma qualcosa sarebbe cambiato di sicuro.

La gestione finanziaria della famiglia intesa come gestione degli investimenti è ancora troppo spesso un mondo delegato ai soli uomini, anche se finalmente negli ultimi anni, il mondo femminile sta iniziando ad affacciarsi alla gestione dei propri soldi o quelli della famiglia, superando il confine della mera gestione dei conti di spesa (i famosi barattoli della nonna).

Le ragioni per cui gli uomini si sono specializzati nella gestione degli investimenti sono molteplici. C'è da rilevare che mediamente le donne hanno meno confidenza con le nozioni finanziarie e le logiche di funzionamento dei mercati.

Se si pensa già al lessico: etf, benchmark, stop loss, hedge fund, margini, futures, put e call, non è che questo tipo di linguaggio iper-specialistico agevoli la comprensione; anzi è una vera e propria barriera all'ingresso, dominio di poche persone (numericamente più uomini che donne).

Guardando questo fenomeno con gli occhiali dell'osservatore esterno, direi che questo stato di cose sia frutto di una impostazione della gestione del denaro e del patrimonio di famiglia fondata su obiettivi di investimento, più che su obiettivi di vita.

Cosa voglio dire?

Generalmente il mandato che le famiglie consegnano ad un intermediario finanziario o ad un consulente è: fammi crescere il denaro nel tempo, facendomi rischiare il meno possibile per favore!

Però, questa scelta quanta introspezione sugli obiettivi di vita futuri prevede? Molto poca, direi. Quasi nulla.

Impostando i termini del discorso in questo modo, è prassi che l'uomo si occupi di "negoziare" la soluzione più efficace con la banca o il consulente.

Infatti, quando chiedi: “c’è qualche altra persona che dobbiamo coinvolgere in questa decisione d’investimento?”

Il cliente (uomo) risponde spesso: “No, di questo me ne occupo io in famiglia.”

Se invece parliamo di Goal Based Investing, le cose cambiano.

Ciò accade per il semplice motivo che un consulente Goal Based, ha come primo compito lo scoprire perché si vuole fare crescere il denaro/patrimonio.

Il perché, in una famiglia, non è mai uno solo. I bisogni e gli obiettivi non riguardano mai un unico componente della famiglia, di conseguenza ogni membro è chiamato ad essere in qualche maniera parte attiva del processo.

Indubbiamente coinvolgere più persone implica avere un processo non sempre lineare, cosa che può mettere in evidenza una visione diversa dell’uso del denaro o del patrimonio della famiglia. Questo, però, non è necessariamente un male, è solo un elemento che si deve imparare a gestire.

Immagina una coppia di giovani, Chiara e Giovanni, alle prese con una delle prime decisioni importanti della loro vita familiare: comprare una casa più grande. Come ti comporteresti?

Ti do qualche elemento per permetterti di fare una valutazione:

Chiara e Giovanni sono sposati e aspettano il loro primo figlio. Attualmente vivono in un bilocale che non basterà più.

Chiara è cresciuta in una famiglia ricca e non si è mai dovuta porre il problema dei soldi. Ha sempre ragionato così: “Faccio le cose che desidero, il denaro non è un problema.”

Giovanni al contrario è stato tirato su solo dalla madre. Sebbene la sua famiglia non fosse povera, ha sempre dovuto fare i conti con il vincolo delle risorse finanziarie.

Davanti ad una coppia del genere potresti assistere ad un dialogo di questo tipo:

Chiara: “Compreremo una villetta nuova in modo da avere esattamente quello che vogliamo. Voglio una cucina grande e un giardino con molti alberi. Quando ero bambina, avevamo un grande giardino intorno alla casa dei miei genitori e ho passato la mia infanzia a giocare lì”.

Giovanni: “Sì certo, dobbiamo pensarci bene però”.

Chiara: “Giovanni sei il solito pessimista! Giovanni è sempre preoccupato dal budget di spesa. Sono felice che lui sia bravo a gestire il denaro della famiglia, ma io su

questo non transigo. Non voglio accontentarmi. Fino adesso ho visto solo case che non mi sono piaciute!”.

Giovanni: “Chiara anch’io voglio la casa dei nostri sogni e amo la tua creatività. Penso solamente che un budget di 750 mila euro non sia compatibile con le nostre finanze. Le nostre finanze possono sopportare una spesa massima di 500 mila euro”.

Cosa potresti fare allora per aiutare i tuoi clienti a scegliere correttamente e in armonia per un obiettivo così importante?

Mentre rifletti, voglio segnalarti che le abilità comunicative che usi con un solo interlocutore (quelle che usiamo più spesso, vista la prassi di mercato), devono essere arricchite e integrate, se hai di fronte coppie di clienti o intere famiglie (ad esempio nei casi di passaggio generazionale che coinvolgono tutti i membri della famiglia).

Tornado alla domanda: cosa faresti?

Un atteggiamento che penso ti suoni familiare è cercare di avvicinare le parti.

In base a tale principio, potresti provare a chiedere a Chiara:

“Chiara hai detto che avere un giardino è importante per te e che vuoi il meglio. Tuttavia, pensi che ci sia un modo per cercare di fare quanto desiderato e avvicinarti ai 500 mila euro di budget?”

Il tuo intento è chiaro: cercare di superare l’impasse e aiutare i coniugi a trovare una soluzione di compromesso. Peccato che questa impostazione nasconda una “botola” che potrebbe farti cascare dentro a gambe tese.

Anche se non vuoi, ponendo una domanda di questo tipo, la tua cliente percepisce che ti sei schierato a favore di Giovanni. Il retropensiero della tua domanda è: “Ok avere il meglio, però 750 mila euro potrebbero creare dei problemi futuri alla famiglia. Forse sono un po’ troppi”.

È molto probabile che Chiara si senta attaccata dalla tua domanda e che ti valuterà come ostile, così come Giovanni.

La comunicazione da utilizzare quando si ha davanti più di una persona si fonda su abilità diverse rispetto a quanto si fa normalmente con un singolo: l’errore da evitare è che la ricerca di un compromesso venga visto come lo schieramento, anche se involontario, a favore di uno dei due, trascurando la “coppia” come unità a se stante.

Cosa fare dunque?

Innanzitutto, dobbiamo sempre tenere a mente che il nostro obiettivo è aiutare la coppia, la famiglia e non la somma dei singoli.

Per far questo, inizia a far domande a ciascuno di essi, uno per volta. Vedrai che emergeranno i perché che stanno dietro a ciascuna delle diverse posizioni. Dare il tempo di rispondere, consentire all'altro di ascoltare e assimilare quanto emerso è una scoperta reciproca molto importante.

Evita tassativamente di prendere le posizioni dell'uno o dell'altra e limitati a porre domande e a scavare. Devi diventare uno specchio nel quale ciascuno di essi possa vedersi riflesso.

Tale approccio ha un unico scopo: portare le due persone a condividere informazioni significative che possano far riflettere, nella speranza che quasi senza accorgersene, le parti si avvicinino verso una soluzione che sarà il bene della famiglia.

Quindi, in caso di più interlocutori, la tua strategia di comunicazione sia:

Comportati sempre in modo da allargare il ventaglio delle possibilità di scelta!