

COINVOLGERE I CLIENTI AFFLUENT

DAI COMPORTAMENTI, AGLI STRUMENTI E
MODELLI DI BUSINESS

Prof.ssa Caterina Lucarelli

Professore di Economia degli Intermediari Finanziari

Università Politecnica Marche

I COMPORTAMENTI...

La psicologia e le neuroscienze hanno permesso di ampliare le conoscenze in tema di processi decisionali, specialmente in condizioni di rischio e di incertezza.

Evidenze sperimentali confermano come le decisioni umane si basino su un substrato soggettivo NON fondato solo sulla ragione ma su processi neuro-biologici associabili alle emozioni (*gut feelings*).

(Grossberg and Gutowski 1987; Zuckerman 1994; Peter and Slovic 2000; Olsen 2001; Loewenstein 2000; Loewenstein and Lerner 2003.)

· I COMPORTAMENTI...

SONO VANTAGGIOSI O SVANTAGGIOSI?

Non provare emozioni potrebbe inibire alcune delle nostre capacità decisionali, intuitive ed immediate.

«Sono da solo nella foresta e vedo un leone. Cosa faccio? Ci penso.... o scappo?»

Dalle neuroscienze si hanno evidenze contrastanti in termini di effetti sulle performance degli investimenti:

Soggetti con lesioni cerebrali

(Bechara et al. 1997), (Shiv et al. 2005).

I soggetti con deficit nelle componenti emotive effettuano scelte di investimento:

←
Poco performanti

→
Molto performanti

Soggetti normali (trader)

(Lo, Repin, 2002) (Lo et al. 2005).

L'esperienza permette di controllare le nostre emozioni, con conseguenze sulle performance

RISCHIO!!

AD ESEMPIO... L'ATTEGGIAMENTO VERSO IL RISCHIO..

- La propensione al rischio è fortemente legata a tratti della personalità come l'essere estroversi, aperti, nevrotici, amichevoli e responsabili (*Nicholson et al. 2005*).
- Stati emotivi specifici inoltre influenzano le preferenze verso il rischio: chi è spaventato tende ad assumere comportamenti avversi al rischio, mentre persone arrabbiate, come persone felici, sono più propense a rischiare (*Lerner and Keltner, 2001*).
- L'atteggiamento verso il rischio varia rispetto a diversi obiettivi di investimento, come suggerito dalla Behavioral Portfolio Theory (*Shefrin and Statman, 2000*) con costruzione di portafogli per obiettivi mentali separati, che permetterebbero di giustificare il paradosso di *Friedman-Savage (1948)*.
- La variabile tempo nelle scelte è tutt'altro che gestita in modo razionale (teorie della sconto iperbolico, note sin da *Strotz, 1956*).

AD ESEMPIO... L'ATTEGGIAMENTO VERSO IL RISCHIO..

Gli investitori sono in grado di esprimere correttamente la propria tolleranza al rischio?

Quanto è affidabile una autovalutazione?

Classificare correttamente un individuo come avverso o propenso al rischio, tramite un questionario, è tutt'altro che facile e è alto il rischio di sbagliare.



(Brighetti, Lucarelli, Uberti, 2012). Paper disponibile su:
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2007023

Forthcoming: **Journal of Risk Research**

DAI COMPORTAMENTI, AGLI STRUMENTI E MODELLI DI BUSINESS

