

L'IMPRENDI (PROMO) TORE

Le sfide della Consulenza Finanziaria 2.0 - terza puntata

Con l'articolo di oggi proseguiamo nell'analisi delle sfide della consulenza finanziaria 2.0.

L'argomento su cui ci siamo focalizzati la scorsa settimana ha visto come protagonista il vero "Boss" dell'attività di Consulenza finanziaria: il Cliente.

Un "Boss" sempre più esigente, fortemente concentrato sulla propria soddisfazione ed alla costante ricerca di stimoli e novità. Quanto elencato precedentemente ci porta quest'oggi ad analizzare la scarsa propensione del Consulente Finanziario a creare ed a lavorare in team.



Scarsa propensione a creare e lavorare in team.

Il Consulente Finanziario, a suo modo, può definirsi un artigiano. Google ci restituisce la seguente definizione:

artigiano

ar•ti•già•no/

aggettivo e sostantivo maschile

1.

sostantivo maschile

Chi esercita un'attività lavorativa a livello familiare o con un apporto limitato di operai, per la produzione di beni o servizi e part. di oggetti non di serie, artistici o no.

Più leggo la definizione e più mi convinco di quanto questa possa essere adatta anche per il Consulente Finanziario.

L'artigiano, solitamente, offre un servizio o un prodotto altamente personalizzato

Ciò che compie esattamente anche il Consulente Finanziario. Allo stesso modo, entrambi preferiscono muoversi da soli, contando essenzialmente sulla loro capacità tecnica di eseguire il lavoro, in un circolo virtuoso di capacità tecniche-lavoro-esperienza difficilmente trasferibili ad altri.

Il muoversi da "solisti" li porta molto spesso ad essere "gelosi" dell'esperienza e delle competenze acquisite durante l'attività lavorativa.

Ultimo, ma non ultimo, vendono del tempo, ovvero non hanno la possibilità di moltiplicarsi, di rendersi "scalabili": il tempo a disposizione per l'attività di assistenza alla clientela è purtroppo alternativo al tempo dedicato alla progettazione ed elaborazione da offrire al cliente come al tempo dedicato alla formazione e/o al tempo dedicato all'acquisizione di nuova clientela.

Quanto può essere sostenibile questo tipo di modalità in un contesto che sempre più richiede di unire le forze, fisiche, mentali, economiche per poter competere adeguatamente?

Quanti potranno essere i casi, le esperienze, le idee, le intuizioni che un singolo potrà sperimentare nell'arco dell'intera sua vita professionale?

E, soprattutto, per come si stanno mettendo le cose (MIFID II, Robot-Advisor, Intelligenza Artificiale, Piattaforme che offrono servizi a prezzi convenienti) quanto il modello di business da "solista" sarà in grado di essere competitivo sul mercato?



Credo che delle buone risposte ai quesiti posti sopra possano derivare dal cominciare, da parte dei Consulenti ad attivare dei veri e propri team.

Indubbiamente a rendere complicata la cosa ci si mette la normativa che regola l'attività professionale che vieta categoricamente di potersi costituire in team: la responsabilità della propria azione professionale deve essere riconducibile al singolo e non "annacquarsi" in un Team.

Ma è altrettanto vero che alcune reti hanno cominciato a provare soluzioni organizzative che, in ossequio ai vincoli posti dalla normativa, permettono di poter servire i clienti attraverso più consulenti.

Non entro nel merito e nel dettaglio di che tipo di soluzioni, poiché ciascuna mandante ha i propri processi e regolamenti interni unici e ben definiti ma, da un rapido riscontro circa l'efficacia di queste nuove modalità organizzative, i risultati sembrano essere molto interessanti.

Lo sono innanzitutto per l'innalzamento degli standard di servizio offerti alla clientela.

Far parte di un team composto da due o più persone consente innanzitutto di poter assicurare una presenza maggiore presso il cliente in quantità e qualità.

Per non parlare dell'expertise del team che è la somma delle competenze ed esperienze dei singoli componenti, a rappresentare il vero reparto Ricerca e Sviluppo della compagine.

Più componenti vuol dire anche più potenza di fuoco relazionale: dove non arriva il singolo a relazionarsi efficacemente con un determinato segmento di mercato, può arrivarvi il team. Inoltre il garantire la contemporaneità di più attività svolte, rispetto al singolo, è un atout molto importante nella partita giocata quotidianamente con il mercato.

Un esempio? In un team composto da tre persone, un Consulente potrebbe essere da clienti, un altro a formarsi ed un altro ancora ad occuparsi delle questioni più squisitamente legate al fare impresa, dove con impresa intendo proprio l'impresa rappresentata dal team.

Ma da dove cominciare?

Innanzitutto individuando uno o più colleghi con i quali vi possono essere delle affinità elettive e dove i valori condivisi sono i medesimi.

Solitamente i valori condivisi possono costituire un'ottima base sui cui erigere l'edificio della fiducia.

Successivamente sarà opportuno condividere una mission ed una vision che rappresenteranno la Costituzione, le regole basilari a cui fare riferimento durante la vita del team.

Ultimo ma non ultimo i processi individuando chi fa che cosa, i ruoli, le funzioni ed i compiti, l'organigramma con le varie job description espresse come responsabilità e risultati da conseguire: tutto ciò consentirà di evitare confusioni e sovrapposizioni e di muovere il gruppo speditamente nell'affrontare le sfide e prendere decisioni.

Fare squadra, fare team: forse la sfida più importante che il Consulente Finanziario 2.0 dovrà affrontare e vincere!

(Continua la prossima settimana)

Di questo e altri argomenti ne parlo nel mio libro "L'Imprendi(promo)tore - Manuale di imprenditorialità per il Consulente Finanziario" - ed. LSWR

Scarica gratuitamente il primo capitolo su: www.imprendipromotore.it



Enrico Florentino, è CEO e partner di Strategike Srl (www.strategike.com), società che si occupa di Consulenza e strategia d'Impresa. Dopo aver conseguito un MBA International presso la CUOA Business School, ha deciso, nel 2015 di diventare imprenditore mettendo a frutto un'esperienza di oltre 25 anni maturata nel settore bancario e della consulenza finanziaria come Consulente finanziario e Manager. Si occupa di Innovazione dei Modelli di Business, di Marketing e Vendite.

È autore del libro:
“L'Imprendi(promo)tore – manuale di imprenditorialità del Consulente Finanziario” E' inoltre autore del Blog:
www.enricoflorentino.it.

www.gam.com seguitemi anche su:



Disposizioni importanti di carattere legale

I dati esposti in questo documento hanno unicamente scopo informativo e non costituiscono una consulenza in materia di investimenti. Non si assume alcuna responsabilità in quanto all'esattezza e alla completezza dei dati. Le opinioni e valutazioni contenute in questo documento rappresentano la situazione congiunturale attuale e possono subire cambiamenti. GAM non è parte del Gruppo Julius Baer.