

# L'IMPRENDI (PROMO) TORE

## Le sfide della Consulenza finanziaria 2.0 - Sesta puntata La scarsità di tempo.

Ed eccoci arrivati alla sesta ed ultima puntata di questo percorso dedicato alle sfide della Consulenza finanziaria 2.0.

Nelle scorse settimane abbiamo affrontato temi quali:

- Il minor tasso di crescita del portafoglio, causato dalla competizione e da bassi ritorni di mercato
- La clientela sempre più esigente ed attenta
- La scarsa propensione a creare e lavorare in team
- L'avversione alle novità
- La pressione sui margini

In questa lezione affronteremo una questione che impatta in maniera rilevante nel business del Consulente: la scarsità di tempo.



### La scarsità di tempo.

Mi è capitato recentemente di leggere un rapporto stilato dalla Financial Planner Association, l'associazione americana dei Consulenti Finanziari.

Nel rapporto veniva evidenziato come i Consulenti Finanziari oltre oceano impiegassero il proprio tempo. Mi ha colpito immediatamente il fatto che solamente il 39% del tempo fosse trascorso di fronte ad un cliente. Il tempo restante veniva invece dedicato ad altre attività di tipo amministrativo e/o organizzativo.

Una delle risposte che veniva data dagli Advisor a stelle e strisce - che in qualche modo si rivelava abbastanza elusiva - era legata al fatto che venisse richiesto loro di occuparsi di cose di non diretta loro competenza.

Ciò li costringeva ad occuparsi in prima persona di esse e nel contempo essere impossibilitati a delegarne l'esecuzione ad altri.

I Consulenti finanziari italiani vivono la stessa situazione?

Temo di sì!

Non voglio entrare su temi "sdruciolevoli" quali la percentuale esatta di tempo dedicata ai clienti.

Ciascuno conosce la propria. È indubbio che difficilmente essa costituisce la maggioranza del tempo lavorativo del Consulente. Il problema è che, molto spesso, essendo la natura del lavoro di alto "artigianato" - di questo tema ne ho già parlato nell'articolo dedicato al fare team - difficilmente vi è la disponibilità, da parte del Consulente, di voler delegare parte dei processi ad altri soggetti - collaboratori, assistenti, magari facenti parte di uno staff creato ad hoc -.

È proprio necessario tenere tutto sotto controllo?

In che modo il Consulente potrebbe focalizzarsi su quelle che possono essere le sue competenze core?



La risposta a questi due quesiti la può dare solamente una forte leadership personale nei confronti di sé stessi.

Sì, avete capito bene, proprio di sé stessi.

Quotidianamente ci troviamo ad avere a che fare con una brutta bestia: le nostre abitudini.

Molto spesso alle abitudini è collegato un utilizzo del tempo poco efficace: per il professionista e più in generale per l'imprenditore, il tempo è denaro.

Se per un momento il Consulente decidesse di analizzare come impiega il tempo, dandone un valore economico, si renderebbe immediatamente conto di come si potrebbe maggiormente efficientare la propria attività, con grandi benefici per il conto economico della propria azienda.

Per il professionista, il tempo maggiormente profittevole è quello dedicato ai clienti.

Un avvocato o un commercialista, nel momento in cui emette fattura tiene conto proprio dell'elemento tempo.

E così probabilmente sarà nel prossimo futuro anche per il Consulente Finanziario, in particolare modo quando la MIFID II farà sentire i propri effetti nel cambio radicale di modalità di remunerazione per il professionista.

Ma torniamo per un attimo a quel 39% di tempo passato esclusivamente con i clienti.

Più la professione si fa complessa, specialmente se a beneficiarne sono clienti di alto profilo, più le richieste e le esigenze dei Banker dovranno necessariamente fare i conti con questo tempo a cui loro stessi stanno dando un limite.

Cerco di spiegarmi meglio: quei professionisti che si trovano già oggi ad occuparsi di temi di Wealth Management sono chiamati a dare risposte complesse alle esigenze dei propri clienti di alto standing.

Ciò li porta a non potersi occupare, già oggi, di più di 60-90 relazioni fiduciarie e di consulenza.

Ma se il tempo medio passato con i clienti è rappresentato proprio da questo 39%, quanto tempo è effettivamente trascorso di fronte a questi clienti?

Qual è la qualità del tempo trascorsa?

E soprattutto quanto potrà essere efficace se l'attività continuerà ad essere considerata come quella di un imprenditore-solista?

Quali potrebbero essere le soluzioni?

L'organizzazione quotidiana dell'attività è un gioco a somma zero: più viene dedicato tempo ad un'attività, meno ne viene dedicato ad un'altra.

A meno che non si cominci ad attuare una accurata combinazione tra selezione della clientela, miglioramento dei processi della propria attività e una reale capacità di delega ad altri. Il time management da sempre è un tema molto vivo in tutte le libere professioni dove l'expertise del soggetto e la sua disponibilità di tempo da dedicare ai clienti, sono la vera proposta di valore offerta.

Ma se il tempo non è gestito in maniera accurata, c'è veramente il rischio di perdere denaro senza neppure accorgersene.

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](http://www.imprendipromotore.it)



**Enrico Florentino**, è CEO e partner di Strategike Srl ([www.strategike.com](http://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 inanziaria 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](http://www.enricoflorentino.it)**.

[www.gam.com](http://www.gam.com) seguiteci 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.