

L'IMPRENDI (PROMO) TORE

Se non pensi strategicamente diventi una commodity.

Il processo di pianificazione strategica che il Consulente finanziario deve cominciare ad adottare per la propria attività, sarà ciò che potrà fare la differenza nel “nuovo mondo” della MIFID II.

Le competenze tecniche come asset manager non saranno più sufficienti se non abbinata ad ottime competenze relazionali ed organizzative.

Questo per evitare di diventare una commodity, dove è il prezzo a determinare la differenza tra un Consulente e l'altro.

Cominciare a farsi pagare per ciò che si fa invece di continuare a farsi pagare per ciò che si offre.

È il salto di paradigma a cui tutti i Consulenti finanziari - pena l'estinzione - dovranno fare in vista dell'avvio della MIFID II.

Lo scrivo in altri momenti all'interno di questa rubrica: la professione assomiglierà sempre più a quella di un Life Financial Coach dove l'attività di assistenza alla clientela sarà molto concentrata sull'aiutarla a compiere scelte coerenti con il proprio piano strategico finanziario.

Grazie alla pianificazione strategica il cliente è in grado - assistito dal Consulente finanziario - di poter prendere le decisioni maggiormente rilevanti che gli consentano di raggiungere i macro obiettivi definiti in precedenza.

Ma la pianificazione strategica è uno strumento importantissimo anche per il l'attività svolta dal Consulente.
In che modo?



Sono ormai molti i consulenti che ho incontrato in questi ultimi due anni che mi hanno chiesto consigli e suggerimenti su come migliorare il loro business.

Tutti hanno idee sufficientemente chiare su dove vorrebbero essere fra qualche anno; pochi, veramente pochi, sono invece quelli che sono ancora alla ricerca di una direzione precisa. A tutti, indistintamente, ho suggerito di cominciare a mettere a punto un serio processo di pianificazione strategica della professione.

Grazie alla pianificazione strategica è possibile far emergere tutti quei micro aggiustamenti necessari a creare grandi progressi nell'attività.

Taluni continuano ad insistere sul rafforzamento della loro competenza in qualità di asset manager, la quale però - ed ormai è assodato - rappresenta ciò che l'aria condizionata o l'abs rappresentano per il mercato automobilistico: standard che il mercato dà per scontati, il minimo necessario per poter affacciarsi al mercato e provare a competere.

Non è un caso che, sul mercato, sia più probabile trovare Consulenti finanziari di successo tra coloro i quali hanno sviluppato doti relazionali e di network eccellenti, affiancate da ottime capacità organizzative, piuttosto che consulenti con competenze esclusivamente di tipo tecnico.

La storia ci ha regalato moltissimi esempi di persone che grazie alle loro capacità relazionali e organizzative - d'ora in poi definite come capacità di sviluppare business, perché questo è fare business! - hanno sovrastato anche chi era dotato di grandi competenze di tipo tecnico.

Un esempio tra tutti è rappresentato dalla rivalità tra **Nikolas Tesla e Thomas Alva Edison**, due inventori che hanno avuto la capacità di dare un grandissimo contributo all'umanità attraverso le loro scoperte.

Eppure leggendo le biografie di entrambi, scopriamo due diversi "finali" nel film delle rispettive vite.

L'azienda fondata da **Edison - la Electric Light Company** - finì per diventare la **General Electric** mentre **Tesla** fu costretto a vendere tutti i suoi brevetti alla **Westinghouse** per morire da solo ed in povertà.

Molto sostengono che **Tesla** fu un inventore decisamente più dotato di **Edison**.

Edison, però, ebbe la capacità tutta imprenditoriale di applicare la produzione di massa alle scoperte che aveva realizzato.

In sintesi **Edison** dimostrò di essere in grado di fare l'imprenditore, molto più di **Tesla**.

Raccontando questo episodio, non voglio banalizzare chi ha un approccio principalmente tecnico.

Sostengo semplicemente che - non prescindendo mai dalla competenza tecnica - sono altre le competenze da sviluppare per poter far crescere la propria azienda: le competenze organizzative e quelle relazionali.



Se vogliamo parlare di pianificazione strategica efficace, sono 3 gli elementi che - combinati insieme - posso far sprigionare al Consulente finanziario il massimo del proprio potenziale:

1. capacità nell'asset management
2. capacità organizzativa
3. capacità relazionale

Una adeguata analisi degli standard organizzativi e delle competenze relazionali diventa un appuntamento improcrastinabile per il Consulente finanziario che si trova ad affrontare il momento di cambiamento dettato dalla MIFID II.

Non è un caso, infatti, che la generazione di valore e la relativa comunicazione dello stesso ai clienti passi attraverso processi standardizzati e capacità comunicative non ordinarie.

Questo per evitare di essere trattati come una commodity - dove è il prezzo a fare la vera differenza tra un Consulente e l'altro - e dove invece è la comunicazione del valore a determinare la differenziazione, il posizionamento ed il successo sul mercato.

Come dicono i Financial Advisor americani: from commoditization to communication.

What else !



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 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. Le opinioni e valutazioni contenute in questo documento possono cambiare e riflettono il punto di vista di GAM nell'attuale situazione congiunturale. Non si assume alcuna responsabilità in quanto all'esattezza e alla completezza dei dati. La performance passata non è un indicatore dell'andamento attuale o futuro.