

L'IMPRENDI (PROMO) TORE

3 strategie per innovare il tuo modello di business e affrontare MIFID II con meno pensieri.

Affrontare MIFID II con meno pensieri. Ma come? Innovando il tuo modello di business attraverso queste 3 strategie che ti permettano di poter far percepire al cliente il valore di cosa stai facendo per lui e non più di ciò che gli vai offrendo.



La MIFID II si avvicina e con essa la preoccupazione legittima dei Consulenti Finanziari, di poter continuare ad esercitare la professione limitando al massimo i contraccolpi.

Contraccolpi legati ad alcuni ambiti specifici:

1. La parte reddituale d'impresa.
2. Il rapporto fiduciario con la clientela.

I temi sono stati sviluppati in più occasioni all'interno di questa rubrica: sarà fondamentale cominciare a raccontare ai clienti il "dietro le quinte" della professione, il cosa accade e quali attività vengono svolte quando il Consulente Finanziario non è in presenza del proprio assistito.

Insomma, tutto ciò che viene fatto e non più ciò che viene offerto.

Un salto di paradigma della professione rilevante e, mi rendo conto, non facile, dopo che la professione è nata, si è sviluppata e fortificata proprio sull'offerta e la promozione di prodotti.

Il consulente solo-preneur

Un limite oggettivo che oggi vive il Consulente finanziario è quello di essere - definizione anglosassone - un solo-preneur (un imprenditore individuale a capo di una impresa individuale).

Volutamente pongo l'accento sul concetto di impresa individuale, troppo spesso messo in secondo piano dalla semplice descrizione di libero professionista.

Quello di libero professionista è sicuramente un termine più agevole che consente, apparentemente, al Consulente di sentirsi più "leggero" in termini di responsabilità imprenditoriale.

Prendiamo un qualsiasi organigramma aziendale.

Potremmo immediatamente individuare le varie funzioni aziendali (marketing, vendite, produzione, organizzazione ecc.) con a capo dei responsabili con precise funzioni, responsabilità, prassi da rispettare ed obiettivi da conseguire.

Nel caso dell'impresa del Consulente Finanziario, l'organigramma aziendale sarebbe sempre suddiviso in funzioni, con a capo però sempre la stessa persona: il Consulente.

Una condizione invidiabile dal punto di vista dell'efficienza. La velocità con cui un solo-preneur è in grado di prendere delle decisioni non ha paragoni rispetto alla velocità di una organiz-

zazione complessa, con differenti persone a capo di differenti funzioni aziendali.

Eppure non sempre questa velocità è messa al servizio del "progresso" di impresa.

Perché?

Principalmente perché l'impresa deve necessariamente fare i conti con le competenze, le abitudini, le aree di comfort e le umane resistenze del Consulente - a capo di tutte e funzioni aziendali - .



Innovare il modello di business: ma come?

Mifid II obbligherà i Consulenti, pena la minaccia di riduzione dei ricavi e della quota di mercato - o nella peggiore ipotesi, di uscita dal mercato della stessa impresa del Consulente - a dover rivedere profondamente il loro modello di business.

Si fa un gran parlare in questi giorni di certificazione delle competenze come risposta alla minaccia MIFID II.

Il problema è che si continua a parlare di certificare le competenze tecniche che sono solamente una parte, indubbiamente importante, degli elementi che debbono contraddistinguere l'offerta del Consulente.

Le competenze tecniche dovranno essere portate a standard elevatissimi. Su questo non c'è dubbio.

Peccato che il mercato, i clienti, le diano e continueranno a darle per scontate.

La percezione del valore passa attraverso le competenze relazionali e quelle organizzative: sono queste due che determinano quanto il cliente vorrà affidarsi al Consulente.

Azzarderei che a fare veramente la differenza saranno proprio le competenze organizzative.

Esse saranno determinanti per riformulare la propria proposta di valore destinata ai clienti.

E saranno determinanti nel far percepire loro il valore del servizio offerto, di ciò che si sta facendo.

Saranno infine determinanti per portare a livelli di eccellenza la Customer experience dei clienti.

3 strategie che potranno trasformare il tuo modello di business.

Quali saranno gli ambiti ai quali mettere mano urgentemente per assicurarsi un vantaggio competitivo e per ridurre al minimo l'impatto della direttiva europea?

Ne individuo 3.

1. Da generalisti a specialisti individuando nicchie di mercato specifiche da servire
2. Vere proposte di valore che si adattino alla nicchia/target di clientela
3. Adozione di nuove competenze - hard e soft - utili alla formulazione di proposte di valore personalizzate.

1. Definisci un target di clientela specifico: è lì che troverai il futuro della professione.

Definire ex ante uno o più target di clientela da poter servire, renderà più efficace l'azione del Consulente Finanziario MIFID II.

Specializzarsi nel proporre vere soluzioni a determinati specifici problemi relativi ad un singolo target consentirà di potersi adattare pienamente alle sensibilità della clientela appartenente a quel segmento, di poterne comprenderne meglio di altri le problematiche, fornendo soluzioni ad hoc.

In fondo oggi tutti noi cerchiamo nello specialista ciò che una volta trovavamo nel generalista.

2. Costruisci una vera proposta di valore.

Definire una vera proposta di valore, con forti caratteristiche di personalizzazione al target di clientela prescelto permetterà di essere maggiormente efficaci, distintivi e affidabili agli occhi dei clienti.

Senza una accurata segmentazione, difficilmente si riuscirà a determinare cosa tiene sveglia la notte i clienti (pain-dolore) e cosa invece li "ingolosisce" e rasserena (gain-piacere).

I clienti oscillano costantemente dallo sfuggire al pain-dolore ricercando successivamente il gain-piacere.

3. Sviluppa nuove risorse (competenze) per essere più competitivo.

Per generare vere proposte di valore, non si può prescindere dal dotare la propria impresa di quelle competenze che, amalgamate insieme, creino un'unicum, l'unicità che il mercato andrà a riconoscere all'impresa.

I Consulenti finanziari dovranno cominciare a pianificare - esattamente come fanno le aziende - budget di investimento sul miglioramento delle proprie competenze.

Le competenze stanno all'essere umano come i macchinari o il software stanno all'impresa.

E' immaginabile che un'impresa non investa - per continuare a mantenere il proprio vantaggio competitivo sul mercato - sul rinnovamento delle proprie infrastrutture?

Qualcuno potrà dire che la formazione nel mondo della Consulenza Finanziaria non è mai mancata.

Anzi! Al contrario ce ne è sempre stata molta.

Ma invito i Consulenti Finanziari a fare un riflessione.

In tutti gli anni di esercizio della loro attività, essi hanno beneficiato di ore ed ore di formazione offerta dalle società mandanti. Una condizione estremamente fortunata se confrontata con altri e differenti settori industriali, dove la formazione alle reti commerciali è molto modesta se non addirittura inesistente.

Oggi però è necessario imparare ad usufruire non solo della formazione delle società mandanti, ma espandere le proprie competenze anche attraverso l'acquisto di formazione all'esterno.

Per poter aumentare le competenze, puntando a formulare vere e distinte proposte di valore.

In modo tale che la MIFID II non appaia solamente come una minaccia, ma soprattutto come una opportunità.



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.