

L'IMPRENDI (PROMO) TORE

6 step per svecchiare il tuo marketing di Consulente finanziario



Le attività di marketing che sinora hanno funzionato, cominciano a mostrare la corda.

Oggi, se vuoi svolgere una attività efficace di marketing, non puoi prescindere dall'utilizzare i social media. Ecco 6 step e due consigli utili per poter "svecchiare" definitivamente il tuo marketing.

Perché i vecchi metodi di acquisizione di nuova clientela non funzionano più a dovere?

È una delle domande che più frequentemente mi rivolgono i Consulenti finanziari durante le mie conferenze ed i miei corsi di formazione.

Le ragioni sono molteplici.

Tra le principali individuo:

- Il fatto che oggi c'è tanto di tutto e attirare l'attenzione dei clienti/consumatori è sempre più difficile.
- Uno scarso e indifferente posizionamento dei consulenti finanziari sul mercato. Sono pochissime le differenze tra un consulente finanziario e l'altro. Ovviamente visto dalla prospettiva del cliente che deve sceglierne uno.
- La complessità nella scelta delle soluzioni finanziarie che porta i clienti a preferire coloro i quali sono in grado di dare risposte semplici a problemi complessi.

I social media, in tutto questo, hanno un ruolo rilevante. In quanto "amplificatori" di immagine e messaggio, i social mettono in risalto le particolarità del Consulente finanziario, nel momento in cui esso è presente sulle differenti piattaforme, a condizione che abbia un preciso, chiaro e distinguibile posizionamento.

Allo stesso modo ne amplificano il silenzio, la non visibilità, nel momento in cui il financial advisor sceglie di non esserci.

Certo, non esserci può essere una ottima strategia di marketing - Lucio Battisti e Mina insegnano - ma a condizione che si decida di sparire dopo aver raggiunto una certa notorietà.

Oggi, se hai intenzione di renderti visibile, di rendere visibile il tuo brand, la presenza sui social media è necessaria ed essenziale.

Così come necessaria ed essenziale sarà l'originalità con la quale deciderai di essere visibile.



Non basta infatti aprire profili sulle differenti piattaforme, senza prima definire con accuratezza una strategia di marketing in primis e successivamente una di social media marketing.

Non c'è dubbio: i social media hanno totalmente cambiato le modalità con le quali poter avvicinare i clienti potenziali.

Sia per ciò che concerne il **COME** attrarli, sia per **COSA** fare con loro, una volta che hai colpito la loro attenzione.

1. Ricordati che per il **COME** attrarre nuovi clienti al tuo brand, i social media svolgeranno un'importante attività complementare alle attività tradizionali di marketing che stai svolgendo. Se per esempio hai intenzione di organizzare dei seminari finanziari, i social media ti aiuteranno prima, durante e dopo.

Come?

Prima: sulle diverse piattaforme, comincia a pubblicizzare il seminario. Registra qualche piccola pillola video raccontando di quali problemi buona parte dei clienti in questo momento sta soffrendo. Anticipa loro che durante il seminario svelerai alcune soluzioni, alcuni rimedi che li porteranno a sollevare le loro preoccupazioni, i loro pensieri.

Durante: registra in video il tuo seminario. Il materiale ti potrà essere utile per essere pubblicato sul tuo sito personale. Oppure potrà essere materiale che distribuirai a Natale a tutti i tuoi clienti come stretta natalizia. Non tutti avranno avuto l'opportunità di partecipare al seminario, o per impossibilità o perché non ancora invitati da te. Inviare loro il cadeau della registrazione video, ti aiuterà a distinguerti ed a posizionarti come esperto nella materia oggetto del seminario. Ed il rafforzamento del tuo brand sarà notevole.

Dopo: la registrazione video dell'evento ti aiuterà a produrre del materiale che ti consentirà di pubblicizzare successivamente il tuo seminario finanziario. Dalle immagini registrate potrai ricavare un piccolo trailer - sì, come quello utilizzato per il lancio dei film - che ti potrà essere utile per promuovere nuove edizioni del seminario. Dove? Sui social media, ovviamente!

2. Per ciò che concerne il **COSA** fare una volta che hai attirato la loro attenzione, i social media, ma anche il tuo sito web ed il tuo blog, saranno strumenti fondamentali per poter curare le relazioni con i prospect che nel frattempo si saranno avvicinati al tuo brand.

Lo so, leggendo fino a questo punto avrai capito che avere solamente un profilo Facebook non è più sufficiente e che fare marketing è diventato molto complesso.

Per poter cominciare a svolgere una attività di marketing efficace, moderna, distintiva, che "svecchi" quanto finora hai messo in opera, non potrai prescindere da questi 6 "step" che dovranno comporre il tuo piano di marketing.

1. Individua uno specifico target di clientela e comincia ad utilizzare le piattaforme social che il tuo target utilizza (LinkedIn, Facebook, Twitter o Instagram). La definizione ex-ante di un target ti aiuterà a stabilire quale sarà la piattaforma alla quale dovrai dedicare maggior tempo e risorse e ti faciliterà nel mettere a punto una presenza distintiva.
2. Pubblica regolarmente contenuti. Per cominciare, se non ti senti particolarmente confidente nello scrivere qualcosa di tuo, rilancia dei contenuti altrui, senza però dimenticare di esprimere un tuo pensiero personale, di poche righe, su quanto stai condividendo con altri.
3. Troppo spesso, in questo caso, noto Consulenti che compiono due errori grossolani:
 - il primo errore lo compiono nel condividere contenuti tecnici adatti esclusivamente ad altri consulenti finanziari o a clienti talmente "eruditi" che probabilmente difficilmente necessitano dell'ausilio di un consulente.
 - il secondo errore è quello indolente di condividere contenuti altrui senza alcun tipo di commento o contenuti che non danno risposte ai problemi che affliggono in qualche misura i clienti target. Ricordati che un cliente si muove sempre per poter risolvere un problema che lo affligge! E si affiderà immediatamente a chi è in grado di fornirgli una soluzione semplice e comprensibile.

4. I clienti utilizzano le piattaforme con scopi e modalità totalmente differenti. Pensa innanzitutto al tuo target e adatta il tuo tono, i tuoi contenuti alla piattaforma utilizzata principalmente dal segmento individuato che intendi colpire/servire.
5. Il blog. Uno strumento essenziale per poter far percepire al grande pubblico che tu sei un esperto. Qui potrai pubblicare i tuoi scritti, le slides dei tuoi seminari finanziari, le foto delle tue iniziative, i video, insomma tutto ciò che può contribuire a farti percepire come un professionista di cui non si può fare a meno!
6. Comincia a progettare un sistema di email marketing che ti consenta di mantenere il contatto e la relazione con i tuoi clienti prospect. Parti da una semplice newsletter: già questa è un qualcosa che solamente pochi consulenti finanziari realizzano e che comincerà a far sentire la tua presenza presso i tuoi clienti e prospect, distinguendoti e posizionandoti al primo posto nella loro testa.
7. Fai in modo che il tuo sito web possa diventare una miniera di informazioni e contenuti di qualità. Ricordati che con l'avvento del web, devi offrire molto prima di ricevere in cambio. Ma è l'unica strada per poter ottenere risultati consistenti e duraturi nel tempo.

Solo una piccola avvertenza: comincia ad intraprendere il cammino passo passo. Non farti prendere dalla smania di voler mettere in piedi tutte le cose elencate sopra contemporaneamente. Come amo dire: con i social media è necessario adottare una mentalità da maratoneta e non da sprinter.

Ogni passaggio andrà intrapreso con la dovuta calma e approfondimento e non è consigliabile passare agli step successivi senza aver prima interiorizzato e sperimentato quanto previsto dallo step precedente.

E poi sperimenta!

In fondo l'attività di marketing è come la slot machine. Devi introdurre la monetina per poter cominciare a giocare ed avere qualche probabilità di vittoria.



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.