

L'IMPRENDI (PROMO) TORE

Hai vent'anni di esperienza o venti volte un anno?



Se ti approcci ai clienti cercando di comunicare la tua credibilità semplicemente dicendo che svolgi la professione da X anni, rischi seriamente di risultare noioso e poco al passo con i tempi.

Si è appena concluso il Salone del Risparmio 2018 e sono stati molti i Consulenti finanziari che mi hanno avvicinato per raccontarmi di loro, delle loro esperienze professionali, delle ragionevoli preoccupazioni per il futuro.

Da parte di tutti la voglia di poter affrontare la sfida di MIFID 2 attrezzati di tutto punto, cercando di trasformare una minaccia in opportunità.

E qui viene il bello: con quale "attrezzatura"?

Certamente non con quella che sinora ha permesso di raggiungere i risultati e prosperare nella propria attività.

È necessario migliorare ed aggiornare ciò che funziona, ma anche eliminare totalmente ciò che ormai appartiene ad un glorioso passato che ora sa solamente di polveroso e stantio.

Anche perché il mercato, i risparmiatori, sebbene necessitino ancora di molta "educazione finanziaria", nel frattempo si sono sufficientemente "eruditi" nel cominciare a comprendere chi hanno di fronte e, correttamente, a richiedere valore per ciò che pagano.

La partecipazione al Salone me ne ha dato conferma: i Consulenti necessitano di cominciare veramente a differenziarsi in termini di immagine, posizionamento, linguaggio.

È capitato anche me di dirlo e quante volte l'ho sentito dire da altri: "Guardi, caro cliente, lei dovrebbe riporre fiducia in me, se non altro perché svolgo la professione da oltre vent'anni".

Riflettendoci, è sufficiente essere meritevoli di fiducia per il semplice fatto che da vent'anni si svolge la professione?

Il tempo è un elemento significativo nel trasmettere al cliente che il professionista che ha di fronte è tecnicamente competente? E credibile?

Dieci anni fa, quando facevo il manager, partecipai ad un corso di formazione dove un docente - molto bravo ma anche molto franco e diretto nei modi - ad una affermazione di un collega su come, in virtù degli anni trascorsi nel ruolo, si ritenesse competente e credibile, ottenne come risposta dal formatore: "Hai vent'anni di esperienza o venti volte l'esperienza di 1 anno?"

Senza dubbio, in un'epoca che non è più, il collegamento tra credibilità ed anni trascorsi nel proprio ruolo professionale potevano essere un elemento preferenziale per il cliente nello scegliere ed affidarsi ad un professionista.

Ma oggi, dove il fatto di essere competente tecnicamente è dato per scontato dai clienti, beh questa modalità di porsi sa di stantio: non comunica in nessun modo valore.



Il valore sta nella narrazione di come questi vent'anni di professione sono trascorsi, sono stati vissuti, nelle cose fatte, nei corsi di formazione a cui si è partecipato, nelle certificazioni conseguite, nel numero di clienti a cui ci si è dedicati.

Sono la narrazione ed il contenuto della storia che andrai raccontando gli elementi che ti porteranno a differenziare agli occhi del cliente, a fargli percepire il tuo valore, a fare in modo che tu rispetto ad un altro Consulente tuo concorrente, sei degno di maggior fiducia, sei maggiormente credibile.

Ma come poter narrare questa tua unicità?

Eccoti alcuni esempi:

- Ho cominciato a fare il Consulente finanziario nel 1986 ed ho imparato immediatamente cosa vuol dire avere a che fare con mercati in forte rialzo. Ho vissuto anche le grosse crisi dei mercati finanziari degli ultimi trent'anni stando accanto ai miei clienti, aiutandoli a proteggere e far crescere i loro risparmi. In tutti questi anni sono state oltre 500 le famiglie delle quali mi sono preso cura del loro patrimonio.
- Svolgo questa attività da 15 anni e da 10 - quindi da oltre 2/3 della mia carriera professionale - sono certificato EFPA. Ciò ha un grande valore per la mia professione, ma soprattutto per i miei clienti: ogni anno, infatti, dedico almeno X giornate all'aggiornamento delle mie competenze a tutto favore della qualità del mio servizio di consulenza verso i miei clienti. Ho inoltre maturato una importante esperienza sui temi legati al passaggio generazionale attraverso un percorso di studi dedicato presso la mia società mandante.
- Questi ultimi vent'anni di attività sono stati molto intensi. Ho avuto l'onore di curare gli interessi di circa 100 famiglie imprenditoriali. Nel contempo ho conseguito due Master, uno in Private Banking, il secondo in Wealth Management che mi hanno permesso di perfezionare al meglio le mie competenze nel prendermi cura dei patrimoni delle famiglie che seguono.

Come avrai potuto notare, la narrazione di ciò che è avvenuto nel tempo in cui hai svolto la professione, rappresenta un modo sicuramente più accattivante di comunicare la tua esperienza professionale, in luogo della solita frase "Svolgo la professione da X anni".

Tutto ciò non deve essere intesa come una sorta di promozione auto-celebrativa in stile "chi si loda si imbroda".

Anzi: potrà aiutare i clienti a non dare per scontata la preparazione tecnica che, combinata con la tua esperienza - gli anni che hai trascorso nello svolgere la professione - permetterà loro di percepire il valore di chi hanno di fronte.

Non dare per scontata tutta la formazione di cui hai beneficiato durante la tua carriera professionale: potrebbe proprio essere quella che oggi ti potrebbe far apparire differente e di grande valore per i tuoi clienti.



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. 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.