

L'IMPRENDI (PROMO) TORE

Perché è importante che tu scopra il “Perché fai ciò che fai”.



“La gente non compra quello che fai, ma il perché lo fai”. Così scrive Simon Sinek nel suo libro “Partire dal perché” e così debbono fare i Consulenti finanziari se vorranno continuare ad avere un ruolo rilevante per il mercato, attraverso la generazione di valore e, soprattutto la percezione di valore da parte di clienti e mercato.

Ho appena finito di rileggere il bellissimo libro “Partire dal perché” di Simon Sinek - edizioni Franco Angeli.

Il libro parla di leadership, di come poterla coltivare, di come farla crescere, di come fare in modo che essa venga riconosciuta dagli altri, soprattutto i clienti ed il mercato.

Sinek è riuscito a ricavare un modello, chiamato Golden Circle, dove dimostra che tutti i grandi leader, ivi comprese le aziende leader di mercato, conoscono e comunicano molto bene il **perché** fanno ciò che fanno.

La motivazione per la quale ogni giorno si fa ciò che si fa, sembra essere ciò che maggiormente risuona nelle persone.

Ogni volta che incontriamo una persona od un'azienda che eserciti leadership nei nostri confronti o verso il mercato, in ciascuno di noi risuona talmente forte la motivazione, il **perché** di quanto viene agito che, magicamente, sembra che tutto ciò sia fatto da noi e per noi!

“Estrarre” il proprio **perché** ritengo sia la parte più difficile per ogni essere umano e per l'impresa.

Esso è presente in ogni cosa che facciamo quotidianamente, in ogni comportamento che agiamo ma, appartenendo tale motivazione - il **perché** - alla sfera delle emozioni, essa tende a nascondersi, a non rivelarsi, fino al momento in cui non decidiamo di scoprirla.

Ti avverto: scoprirlo non sempre può rappresentare una piacevole conquista.

Potresti realizzare che stai svolgendo una professione che, magari, non ti gratifica più, o forse non ti ha mai gratificato.

O, al contrario, scoprire il **tuo perché**, il **perché fai ciò che fai**, ti può donare nuove energie, nuove prospettive, nuovi obiettivi da raggiungere.

La professione di Consulente finanziario, oggi, richiede urgentemente di ripensarsi, alla luce degli scenari di grande **discontinuità/disruption** rappresentati da MIFID2 e Fintech.

Mai come in questo momento, dedicarsi alla ricerca del **perché**, della tua **mission** - una ricerca molto profonda, ti avverto!- è ciò che potrà realmente fare la differenza per te, per la tua impresa di consulenza, per i tuoi clienti.



Per poter aiutare i tuoi clienti nell'individuare i loro obiettivi finanziari, nel fare chiarezza in ciò che desiderano, penso tu non possa prescindere dal fare soprattutto chiarezza in te stesso. Se vuoi esprimere valore e soprattutto se vuoi far percepire valore, non posso immaginare per il tuo futuro e per il futuro della tua professione di Consulente finanziario che l'approccio verso la tua clientela sia esclusivamente quello adottato sinora da buona parte del settore: aiutare il cliente ad investire denaro per fare solamente denaro, senza alcun cenno ai temi più "nobili" della pianificazione finanziaria, dell'investimento basato su obiettivi.

Sì, mi hai capito bene: la maggioranza assoluta dei clienti, oggi, non ha ben chiaro quali siano i propri obiettivi ed investe i propri soldi solo per fare soldi.

Di chi la responsabilità? In parte dei clienti, in parte dell'industria - troppo concentrata sui prodotti -, in parte sui Consulenti finanziari - stretti nella morsa Cliente/Industria-. Tutto ciò può avere ancora senso? E per quanto tempo ancora?

Probabilmente sì, ma voglio immaginare solamente per una stretta minoranza di persone e per un tempo che comincia ad essere sempre più limitato.

Ci sono tanti clienti che desiderano fare chiarezza sul loro futuro. Desiderano poter avere qualcuno che li possa aiutare a capire il perché fanno ciò che fanno, ma soprattutto come il loro denaro possa aiutarli nel raggiungere quei traguardi che nella loro vita potranno rappresentare il segno più tangibile e concreto del loro passaggio su questa terra.

E chi, se non il loro consulente, potrà aiutarli a fare tutto ciò?

Ad una condizione però: che chi li sta aiutando conosca molto bene il proprio **perché**, la propria **mission**.

Perché, come dice Sinek:

"La gente non compra quello che fai, ma il perché lo fai".



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.