

L'IMPREDI (PROMO) TORE

I 3 "ingredienti segreti" dei Consulenti finanziari di successo.



Cosa accomuna i Consulenti finanziari in grado di raggiungere risultati importanti?

Sono tre gli elementi distintivi:

- **Organizzazione,**
- **Ufficio personale e/o staff di segreteria,**
- **Marketing.**

È ciò che è emerso dalle interviste che ho condotto durante le mie live Facebook dell'IMPREDIPROMOSHOW.

Da circa 3 mesi ho cominciato questa nuova esperienza delle trasmissioni live su Facebook.

I format sono due e ben distinti.

Nel primo format intervisto differenti personalità del mondo della consulenza finanziaria ed è intitolato l'Aperipromotore: va in onda ogni venerdì alle ore 19.00 sul mio profilo personale Facebook - <https://www.facebook.com/enrico.florentino>

Il secondo format le interviste sono rivolte esclusivamente ai Consulenti finanziari.

Chiedo loro di condividere le loro esperienze professionali, le loro strategie, i loro fallimenti ed i loro successi: va in onda ogni lunedì alle ore 21.30 all'interno del gruppo Facebook

dell'IMPREDIPROMOTORE - <https://www.facebook.com/groups/impredipromotore/>

I due show sono molto seguiti dai professionisti perché riescono a mettere in condivisione molte informazioni utili per poter far crescere la propria impresa di consulenza finanziaria. Dell'IMPREDIPROMOSHOW siamo arrivati ormai alla quattordicesima puntata: si sono alternati al microfono 14 consulenti, ciascuno con le proprie peculiarità, il proprio posizionamento sul mercato, il proprio stile relazionale.

Dopo oltre quattordici ore di trasmissione, quali sono gli elementi di comune denominazione tra tutti questi professionisti? Ne ho individuati alcuni.

Premetto che non ho idea se ciascun elemento che ti andrò ad elencare rappresenta la causa o l'effetto del loro successo. Per alcuni le strategie e le soluzioni organizzative adottate sono sicuramente causa dei loro risultati.

Per altri, invece, sono esclusivamente un effetto.

Tre sono gli elementi che ho identificato e che accomunano tutti i Consulenti da me intervistati:

- **Organizzazione,**
- **Ufficio personale e/o staff di segreteria,**
- **Marketing.**

Organizzazione

Ciascuno di questi professionisti ha un profondo senso dell'organizzazione.

Con organizzazione mi riferisco, in particolare, ad una perfetta gestione del tempo, dove sono molto chiare, per ciascuno professionista, le priorità da dare a ciascuna attività svolta durante la giornata lavorativa.

Molto spesso le priorità riguardano compiti che sono fuori dall'area di confort di ognuno di essi.

Però, proprio perché esterne al campo delle loro abitudini, sono attività che hanno importanti ritorni sull'investimento di tempo e/o denaro.

Sono task molto spesso correlati alle iniziative di prospezione e di marketing e di presenza sui social network.

Stare sui social network oggi è essenziale per l'importante ricaduta che tale presenza ha in termini professionali.

Fare di sé il "prodotto" da vendere richiede un'attività costante ed un'organizzazione ineccepibile.

Tutto ciò è quanto viene condotto con determinazione dai Consulenti finanziari da me intervistati.



Ufficio personale e/o staff di segreteria

Dotarsi di un ufficio personale e/o personale di staff richiede un impegno finanziario notevole.

Sembra quasi che l'essere responsabili del pagamento di un leasing immobiliare destinato all'acquisto dell'ufficio e/o del pagamento mensile di uno o più stipendi, assicuri al Consulente finanziario risultati o successo.

O è forse il senso di responsabilità verso questi impegni economici a motivare il Consulente finanziario ad essere determinato? Con ciò non intendo motivare le persone ad indebitarsi per poter avere successo, anche se ho la netta sensazione che onorare gli impegni sia già di per sé un muoversi al di fuori della propria area di confort.

Oppure è proprio grazie all'ufficio personale ed allo staff che si è in grado di poter svolgere meglio la propria attività?

L'ufficio personale aiuta il CF in due ambiti:

- Il Personal branding
- La Customer experience dei clienti.

È grazie alla location che il Consulente può posizionarsi in maniera chiara sul mercato facendo nel contempo Personal branding.

Un ufficio in centro città o in una location particolarmente prestigiosa, evidenzia immediatamente a che tipo di standard professionale il Consulente finanziario fa riferimento.

La location inoltre potrà dare un contributo importantissimo al far vivere un'esperienza unica-Customer experience ai propri clienti. L'essere posizionati ad un primo piano in un palazzo storico, ad esempio, garantisce riservatezza e privacy, caratteristiche molto apprezzate dalla clientela, specialmente di alto standing.

A suggello di tutto ciò lo staff.

Dotarsi di un'assistente o di un team è ciò che è in grado di far percepire al cliente di essere seguito da una vera e propria realtà organizzata, dove nulla è lasciato solamente alla figura del Consulente o al caso.

Marketing

Lo scrivo da sempre: il marketing è troppo poco "praticato" dai Consulenti finanziari.

Non è il caso, fortunatamente, dei CF di successo.

In loro è chiara la consapevolezza e l'importanza di investire con regolarità denaro e tempo nel promuovere iniziative e nel promuoversi.

Aiutare i clienti a conoscerti, piacergli e fidarsi di te di più è la mia personale definizione di marketing.

Per fare in modo che il tuo marketing sia efficace e concreto devi:

- Essere presente sui social network con video, post ed immagini
- Istituire una newsletter dove fornire ai tuoi clienti contenuti di valore. I contenuti dovranno essere informativi e di utilità.
- Organizzare dei seminari finanziari dove fornirai informazioni importanti ai tuoi clienti ma nel contempo lavorerai sulla tua credibilità e reputazione.
- Fare networking coltivando costantemente relazioni e contatti con altri professionisti o influencer che aiutino a farti conoscere nuove persone e a referenziarti.

Come avrai avuto modo di leggere, le cose da fare sono molte.

La cosa non deve spaventarti: risentendo le interviste ti accorgerai che molte volte è sufficientemente eseguire alla lettera le "ricette" altrui per ottenere risultati simili.

Se hanno funzionato per altri, perché non dovrebbero funzionare anche per te?

Provare per credere!



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 inanziaria 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.