

L'IMPRENDI (PROMO) TORE

Perché credibilità ed esperienza sono inutili se non sono comunicate correttamente



Credibilità ed esperienza sono i due driver principali che ti consentiranno di sostenere il valore della tua Consulenza. A patto che tu sappia comunicarli correttamente.

Dal punto di vista del cliente, quanto può valere il servizio di consulenza che presti?

Lascia per un momento stare il famoso numero in basso a destra: quello non dipende da te, anche se sinora, nella relazione con i clienti, ha rappresentato senza dubbio un metro di giudizio importante.

Ma fortunatamente non l'unico!
Se dovessi rappresentare il concetto di valore attraverso una formula matematica, questa sarebbe rappresentata da:

Valore = Benefici - Costi.

Oggi con te vorrei soffermarmi proprio sul tema dei benefici, perché è lì che si annida buona parte del valore che stai già esprimendo ma che il cliente non riconosce, probabilmente per causa tua.

Sì, proprio per causa tua. Troppo spesso i Consulenti finanziari danno per scontate le tante cose che quotidianamente fanno per i loro clienti assistiti.

Il “dare per scontate le cose”, oltre ad essere uno dei motivi principali di malintesi tra coniugi, è anche ciò che erode, giorno dopo giorno, il valore e la sua percezione.

Chiedere lo sconto non fa che ridurre il valore di un servizio - questo dal punto di vista di chi lo offre, ovviamente -.

Se il cliente è convinto che il valore fornito da te sia quello di battere costantemente un benchmark o un indice di mercato, è evidente di come il valore sia continuamente in ostaggio delle performance di mercato: performance che, come detto precedentemente, non dipendono in minima parte dal consulente finanziario.

Ma allora, se le performance non dipendono dal consulente finanziario, come è possibile indirizzare il cliente a far meglio percepire il valore della propria consulenza?

Innanzitutto mi chiederei in cosa sto migliorando la condizione del cliente.

Si perché il miglioramento della condizione del cliente costituisce le fondamenta del servizio di qualsiasi consulente.

Ogni volta che un cliente o un'impresa si rivolgono ad un consulente è perché cercano una soluzione a dei problemi ai quali non sanno dare risposta.

Ed i problemi di cui soffre inconsapevolmente buona parte dei clienti non possono essere ricondotti ad una mera questione di rendimento o di aumento tout court del capitale.



I soldi per i soldi sono senz'altro un driver importante per una parte della clientela, ma non per tutta.

Se così fosse, in un prossimo futuro il mestiere di financial advisor come si è sviluppato sinora non esisterebbe più, sostituito da piattaforme molto più efficienti, efficaci e meno costose della piattaforma a "trazione umana" rappresentata dal Consulente.

Sono dell'avviso che il futuro sarà dei Consulenti, nella misura in cui vi sarà la capacità da parte di questi ultimi di valorizzare le tante attività che in questo momento il cliente non vede ma che esistono, ed esistono in virtù delle grandi competenze acquisite nel tempo.

Mi ha colpito una recente ricerca condotta negli Stati Uniti dove veniva chiesto ai clienti quali fossero i benefici ottenuti dal relazionarsi con un Consulente finanziario:

Le due risposte più frequenti sono state:

- Tranquillità
- Controllo sulle proprie finanze

Entrambe le risposte fanno riferimento a dei benefici "immateriali", dei benefici non misurabili direttamente con dei numeri come potrebbero essere le performance, dei benefici però molto significativi per la vita e l'equilibrio stesso dei clienti.

Se penso alle più recenti grandi crisi dei mercati - 2001 e 2008 - non posso esimermi dal ricordare quanto i Consulenti finanziari siano stati di supporto psicologico alla clientela che vedeva in quegli anni i propri risparmi ridursi a causa delle discese dei mercati.

Che valore ha avuto in quei momenti il supporto del Consulente ai propri clienti? Enorme!

Esistono studi e ricerche effettuate da alcune società di investimento che sono arrivate a quantificare tra i 3 e 4,5 punti percentuali il vantaggio in termini di redditività del patrimonio di quei clienti che si avvalsero della professionalità di un consulente finanziario.

Queste ricerche sono degli ottimi punti di partenza su cui cominciare ad elaborare una proposta di valore per i clienti che consenta loro, immediatamente, di poter percepire quali vantaggi presenta il farsi seguire da un consulente.

Ma non tralascerei un'altra "arma" importante: l'esperienza, o meglio, la narrazione dell'esperienza che il Consulente finanziario ha accumulato negli anni.

Quante situazioni ha vissuto il Consulente finanziario che possono essere portate come esempio ad altri clienti? Prova a pensarci: ogni volta che ti avvicini ad un professionista alla ricerca di soluzioni a dei tuoi problemi, una delle cose che più conta è la credibilità.

Credibilità accumulata negli anni di svolgimento della professione.

Credibilità che viene riconosciuta dal mercato.

Credibilità che è data solamente da una cosa: la tua capacità di aver vissuto molte situazioni che ti hanno permesso di accumulare esperienza.

Ecco, credo che l'Esperienza e la Credibilità possano essere i veri driver su cui trasferire e sostenere il valore della tua offerta. I modi per trasferirli al cliente sono molteplici, ma tutti legati ad una unica modalità: la tua comunicazione.

Per questo è importante cominciare concretamente a mettere mano alla propria comunicazione.

Perché è quella che ti consentirà di poter sostenere il tuo valore, ma soprattutto ti permetterà di farlo percepire in modo corretto alla tua clientela.



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.