

CHI CONOSCI È MOLTO PIÙ IMPORTANTE DI COSA CONOSCI

I Consulenti finanziari continuano ad intestardirsi sul migliorare le loro competenze tecniche.

In realtà il mercato da molto tempo le dà per scontate.

Oggi è più importante chi conosci che cosa conosci (in termini di competenze).

I Consulenti finanziari, e con loro le società mandanti, sono sempre più impegnati nel cercare di migliorare le competenze tecniche.

MIFID 2 ha posto paletti ancora più stringenti sul tema: la formazione degli addetti è conditio sine qua non perché possa essere generato valore per la clientela.

Un valore che giustifica la legittima richiesta di fees per la curatela dei risparmi e dei patrimoni dei clienti.

Una professione come quella della Consulenza finanziaria, che si prende quotidianamente a cuore le sorti dei risparmi degli italiani, deve avere addetti e personale con alte competenze in materia.

Competenze – quelle tecniche – con una caratteristica: l'essere misurabili.

Rilevo però una contraddizione in tutto questo affannarsi nel certificare i Consulenti finanziari.

Tutte queste competenze - se non vengono portate a conoscenza di un maggior numero di persone – rischiano paradossalmente di essere inutili.

In aggiunta a ciò debbo darti anche una ulteriore brutta notizia: questo tipo di competenze vengono ormai date per scontate dal mercato.

Tranquillo, ciò accade a tutte le professioni che per natura offrono consulenza: avvocati, dottori commercialisti, notai, medici.

Che un avvocato ne sappia di diritto, che un medico ne sappia di medicina, che un dottore commercialista ne sappia di diritto societario o di fiscalità viene dato per assodato. Anzi scontato!

Ciò vale anche per il Consulente finanziario.

Con l'aggravante che siamo in presenza di una professione che è ancora guidata troppo dall'offerta e non dalla domanda.

Dal medico specialista ci vai se hai un problema.

E più il medico è conosciuto, più probabilmente vi sarà da aspettare per avere un appuntamento.

Più la sua competenza è riconosciuta, più il valore della consulenza sarà elevato, più la sua tariffa sarà premium.

È il gioco della domanda e dell'offerta: abbondanza di domanda contro scarsità di offerta porta il professionista ad essere ricercato e desiderato oltre la propria oggettiva disponibilità fisica e di tempo.

Ne parla molto bene Daniel Priestley nel suo libro "Tutto esaurito" – Ed. Giunti.

Nel libro Priestley fornisce una serie di suggerimenti pratici su come avere la fila fuori dalla propria porta.

Nel caso del Consulente finanziario, la situazione sembrerebbe molto diversa da quanto raccontato nel libro: l'offerta di Consulenza finanziaria è sovrabbondante rispetto all'offerta.



Enrico Florentino
CEO Strategike Srl



A mio parere non è così.

O meglio: vi è sovrabbondanza di quella consulenza finanziaria che si è sempre mossa con un approccio di tipo generalista.

Ci sono una serie di circostanze, riconducibili ai Consulenti finanziari, che mi portano a scrivere - senza tema di smentita - che c'è troppa poca determinazione nel sedersi di fronte a clientela nuova.

E ciò è un vero peccato.

In realtà è arrivato il tempo dove è più importante chi conosci di quanto effettivamente conosci (in termini di competenze).

Più giro tra le aule a fare formazione, più conosco consulenti, più mi rendo conto di che patrimonio di competenze ci sia che però non viene adeguatamente valorizzato e soprattutto fatto conoscere al mercato.

Un po' perché la categoria continua a vivere una sorta di senso di inferiorità nei confronti di altre professioni che hanno più storicità (si pensi agli avvocati ed ai dottori commercialisti, entrambi posizionati molto bene nella testa degli italiani come professioni di rilievo, prestigiose e generanti valore).

Senso di inferiorità che costringe molti a continuare a prepararsi cercando di raggiungere una perfezione di competenze che il più delle volte rischia di essere inutile se non portata a conoscenza del mercato.

Successivamente trasformando questa necessità di preparazione in una sorta di alibi per non affrontare il mercato.

È trasversale nei consulenti finanziari il timore del no, del rifiuto.

Ciò fa preferire loro lo stare in ufficio piuttosto che andare sul mercato a divulgare le proprie competenze.

Competenze che - ne sono convinto - sono ampiamente sufficienti per poter cominciare ad essere riconosciuti come degli interlocutori di valore, alla stregua delle altre libere professioni che ho citato precedentemente.

La capacità di fare networking è a mio modo di vedere la competenza che più di altre deve essere allenata e messa in pratica dai Consulenti finanziari per "sbocciare" e cominciare a conquistare quell'altro 85% di quota di mercato ancora nelle mani salde delle banche tradizionali.

Quali sono i punti qualificanti per una efficace attività di networking?

Ne ho individuati 8:

1. Attitudine: fare networking vuol dire avere ben chiaro che la relazione che si instaura tra te ed il cliente è win-win. Vi deve essere reciproco vantaggio nello scegliersi, nel decidere di compiere un pezzo di strada insieme.

2. Essere sul pezzo al 100%: ogni azione che compii quotidianamente deve avere sempre l'obiettivo ed il fine di generare potenziali relazioni, di generare business. Ogni incontro che fai può rappresentare l'occasione di ampliare il tuo network. Ogni persona è al centro di una rete di conoscenze come lo sei tu.

3. Amare l'avventura (ovvero il non conosciuto): essere aperti a nuove esperienze, ad esplorare nuovi ambiti e nuove relazioni è essenziale per poter fare attività di networking in maniera efficace e soprattutto divertente.

4. Essere sinceramente interessati agli altri: sii interessato prima di tutto agli altri come esseri umani, solo successivamente come eventuali opportunità di business. Interessati alla loro storia, alle loro esperienze, alle vittorie ed alle sconfitte che hanno vissuto. Le persone amano che altri si prendano cura di loro.

5. Essere interessanti (inteso come la capacità di farsi scegliere): ti sarà sicuramente capitato di incontrare persone che tentavano di venderti qualcosa, di proporti qualche servizio che dopo 5 minuti di sproloquio cominciavano ad annoiarti e non vedevi l'ora che finissero per concludere la conversazione. Ti sei mai chiesto quanto tu possa interessare agli altri? Come ti presenti? Come presenti ciò che sai fare? Come presenti le tue soluzioni ai problemi della tua clientela? Saper comunicare in modo efficace è alla base dell'essere percepiti interessanti dalla propria clientela. Comunicare in modo efficace è forse la competenza più importante per il Consulente finanziario. Una competenza da migliorare con impegno e costanza.

6. Follow-up: una efficace attività di networking è fatta anche di azioni ed attenzioni costanti da rivolgere al cliente una volta che l'incontro è avvenuto. Quante volte ti è capitato di scrivere una e-mail di ringraziamento ad un cliente appena conosciuto, dove lo ringraziavi per il tempo dedicato? Fai in modo che chi entra in relazione con te, non abbia avuto la sensazione di aver sciupato del tempo.

Al contrario: ha avuto la sensazione di essere di fronte alla persona giusta, al momento giusto. Un professionista che gli ha offerto valore e con il quale ha scambiato valore.

7. Donare (la legge della reciprocità): l'ho scritto in un altro dei miei articoli. Gabriele D'Annunzio, il grande poeta italiano, fece scolpire sul muro di cinta del Vittoriale degli Italiani, la sua residenza a Gardone Riviera questa frase: "Io ho quel che ho donato".

Molti anni dopo Robert Cialdini, il famoso psicologo americano, autore del best-seller "Pre-suasione", racconta di come un regalo inaspettato e di valore generi nelle persone che lo ricevono il bisogno di contraccambiare.

È la legge della reciprocità. Donare è alla base di una efficace attività di networking. Donare è anche alla base dell'azione quotidiana dei Consulenti finanziari di successo. Funziona! Credimi. Credici!

8. Avere un sistema: per fare networking è impensabile fare affidamento solo alla propria memoria. È necessario avere metodo ed un sistema che sia in grado di poter raccogliere tutte le informazioni sui vari contatti ed incontri che quotidianamente facciamo. Argomenti delle nostre conversazioni, nomi di persone che vengono citati durante i colloqui, compleanni, date memorabili. Questa è solo una parte delle informazioni che dovrebbero essere inserite - con metodo - in un sistema di CRM, di Customer Relationship Management. Oggi la tecnologia e gli smartphone ci consentono di poter velocizzare la memorizzazione ed il richiamo di questa grande mole di dati. Più ti affiderai a questo sistema più questo sistema diventerà affidabile. Ed i risultati non si faranno attendere.

Per un attimo prova a riflettere: non c'è imprenditore, politico, artista, musicista di successo, che non abbiano fatto della loro capacità di fare network una delle basi del loro successo.

Se ha funzionato per loro, perché non dovrebbe funzionare anche per te?

Enrico Fiorentino, 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

Per maggiori informazioni visitate il sito GAM.com



Importanti avvertenze legali:

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.