

COME DIVENTARE LEADER DI PENSIERO NEL TUO MERCATO

È sempre affascinante venire a contatto con dei Leader di pensiero. Che cosa distingue un Leader di pensiero da un esperto? Competenze tecniche eccellenti e...

Sono appena entrato nella Feltrinelli della stazione Centrale di Milano.

Spesso attendo qui la partenza dei miei treni.

A volte cerco di arrivare volutamente mezz'ora, quarantacinque minuti prima, per concedermi un po' di tempo tra i libri.

Andare in libreria mi dona grande pace: è un vero momento di piacevole solitudine.

Il reparto che più prediligo di Feltrinelli Stazione Centrale è quello al piano binari.

Entrando e percorrendo per intero la libreria, direttamente in fondo, trovo gli scaffali dedicati ai libri di management e marketing.

Poco più in là gli scaffali dedicati alla filosofia ed alle religioni.

Non è un caso che questi macro temi siano "dirimpettati" gli uni con gli altri.

I primi sono dedicati all'anima ed al pensiero aziendale, i secondi all'anima e pensiero individuale.

Facendo scorrere lo sguardo trovi i libri di Peter Drucker e Michael Porter, più in là i libri di Heidegger, Schopenhauer, più in là ancora Sant'Agostino, Lutero.

È una vera epifania del pensiero umano, una vera messe di stimoli.

Vedendo tutti questi grandi nomi del pensiero filosofico, del pensiero religioso, del pensiero manageriale, mi pongo frequentemente alcune domande.

Come sono arrivati a diventare dei leader di pensiero? È stato sufficiente pubblicare dei libri?

Prima di pubblicare i loro scritti, di cosa si occupavano?

Ma, soprattutto, cosa caratterizza un Leader di pensiero rispetto ad una persona comune?

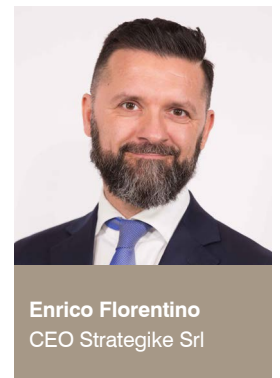
Ed, a questo punto, come diventare un leader di pensiero? Esiste una formula specifica, un metodo, un percorso da intraprendere?

Un consulente finanziario può diventare Leader di pensiero nel proprio mercato di riferimento?

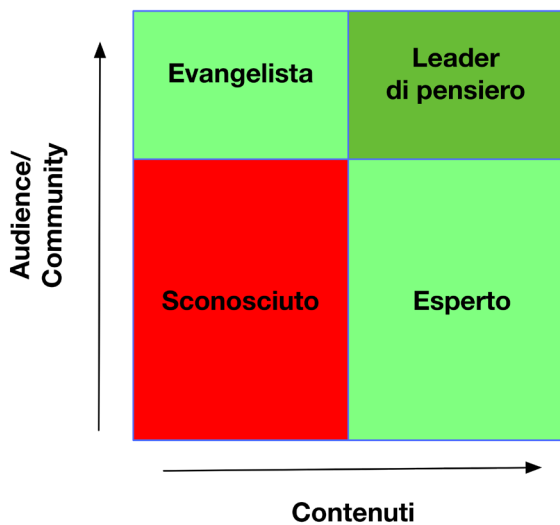
Riflettendo, anche i leader di pensiero hanno fatto della gavetta.

È molto probabile che ciascuno di essi sia nato "professionalmente" come un esperto, un tecnico.

Anzi, per essere più preciso, prima di diventare un tecnico degli argomenti di cui poi è diventato punto di riferimento, è molto probabile che il leader di pensiero si sia formato presso qualcun altro, grazie alla mentorship di qualche percorso accademico e/o professionale che gli abbia consentito di imparare.



Enrico Florentino
CEO Strategike Srl



Poi, con il passare del tempo e grazie alle esperienze accumulate, la propria condizione di “apprendista stregone” ha cominciato ad evolvere sino a diventare quella di professionista affermato: buona parte dei Consulenti finanziari che mi stanno leggendo in questo momento sono dei professionisti affermati.

Essere professionisti affermati, però, non vuol dire aver raggiunto lo status di “esperto”, una delle due condizioni necessarie per poter essere considerati eligibili al rango di leader di pensiero.

Oggi sono ancora troppo pochi i Consulenti finanziari che riescono ad elevarsi a status di esperti, perché il loro approccio al mercato continua ad essere ancora troppo generalista.

Diventare Leader di pensiero vuol dire raggiungere lo status di esperto.

In aggiunta a ciò la seconda condizione necessaria: una audience, una community.

Una audience e community che sia in ascolto del proprio leader, che richieda opinioni, analisi ed approfondimenti.

Una community consapevole che, solamente dal leader attorno al quale si è raccolta, potranno provenire suggerimenti, consigli ma soprattutto soluzioni.

Prova a pensarci: oggi grazie agli smartphone, siamo in grado di poter accedere ad una rilevante quantità di informazioni. E siamo noi a decidere chi, come e cosa ascoltare.

Questo è un cambiamento epocale rispetto a quanto vissuto dai consulenti finanziari negli ultimi trent'anni, dove era l'industria che ti diceva che cosa dovevi ascoltare, che cosa dovevi fare.

Oggi i processi di acquisizione delle informazioni, di espressione delle preferenze - si pensi alla musica, ma non solo - avvengono bottom-up, dal basso verso l'altro, e non top-down, dall'alto verso il basso.

Sono purtroppo ancora molti i Consulenti finanziari con una certa seniority che non hanno adeguato la loro strategia di stare sul mercato, adattandosi a questo nuovo trend.

Come, a questo punto, diventare dei leader di pensiero?

Ho individuato tre passaggi da percorrere:

1. Individuare una nicchia di mercato che ti consenta di poter cominciare a rafforzare le tue competenze nella risoluzione di problemi specifici.

Più ti concentri su specifici segmenti di mercato, più comincerai ad acquisire sensibilità, linguaggio, competenze utili a diventare un vero e proprio esperto in quel determinato campo.

Metaforicamente pensa alla differenza che c'è tra un medico generico ed un medico specialista: devi puntare a diventare un esperto nella risoluzione di determinate “patologie” finanziarie.

2. Cominciare a produrre contenuti che siano realmente utili a quello specifico segmento di mercato, nel risolvere i propri problemi;

3. Far arrivare con continuità questi contenuti al mercato.

Per fare ciò i social network, il blog, un libro, dei seminari finanziari possono costituire l'arsenale a tua disposizione per essere identificato come esperto e, successivamente, leader di pensiero.

Vuoi diventare leader nel tuo mercato di riferimento?

Comincia a produrre contenuti interessanti e comincia a costruirti la tua audience.

Preoccupati principalmente di queste due cose: tutto il resto - ion primis i risultati - sarà una naturale conseguenza.

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

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.