

VUOI FAR VIDEO? COMINCIA DAL METTERE A PUNTO UNA STRATEGIA.

La produzione di video ma più in generale di contenuti è ciò che realmente può differenziare un Consulente finanziario da un suo competitor. A condizione che alla base di tutto vi sia un Progetto editoriale ed una strategia di produzione di contenuti. Diversamente, c'è il rischio di spendere energie, tempo e denaro in qualcosa che tutto sarà fuorché utile per poter far crescere la propria impresa di consulenza finanziaria.

Il video è il presente!

Il video è il futuro!

Se non fai video difficilmente riuscirai a fare business!

L'opportunità che ciascuno di noi ha - in quanto imprenditore - di potersi trasformare in un media è molto ghiotta.

La tecnologia non solo è stata in grado di abbattere i costi di produzione di contenuti, ma ci sta permettendo di poter realizzare cose che fino a pochi anni fa erano letteralmente impensabili.

Pensa solamente a cosa poteva voler dire realizzare dei video o delle registrazioni audio e poterle mettere a disposizione di un vasto pubblico: incredibilmente costoso ed impegnativo!

Oggi con i social network tutto ciò è possibile. Sono molti i consulenti finanziari che hanno cominciato a cimentarsi con queste nuove forme comunicative.

Ecco che c'è chi si è creato il proprio canale YouTube dove ha caricato tutti i video che ha prodotto.

O chi, in alternativa, ha aperto un canale Telegram o ha creato una lista Broadcast su Whatsapp dove informa con regolarità i propri clienti attraverso dei messaggi "audio".

O chi, ancora, sta cominciando ad esplorare forme di comunicazione audio come il podcast.

Insomma, oggi più che mai, se vuoi cominciare a distinguerti ed a comunicare con i tuoi clienti, diventa essenziale cominciare ad utilizzare anche queste nuove forme di comunicazione.

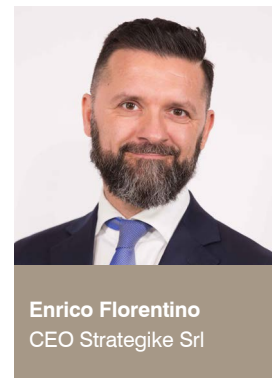
Mi è capitato di recente di leggere una ricerca fatta negli Stati Uniti.

Veniva chiesto ai Consulenti finanziari come giudicassero il video come forma di comunicazione e se il video facesse parte del loro "arsenale" di marketing.

La risposta da parte dei Financial Advisor americani confermava l'importanza del video come strumento essenziale per costruire la propria credibilità e reputazione.

Una credibilità e reputazione professionale costruita attraverso una produzione di video "Educational": il consulente finanziario, infatti, tramite il video è in grado di fare educazione finanziaria in maniera massiva.

C'è però un'altra cosa che mi ha colpito delle risposte fornite dai Financial Advisor: il fatto che solamente una minima parte si era dotata di una strategia chiara nella produzione di contenuti.



Enrico Florentino
CEO Strategike Srl



Provoco: la maggior parte dei consulenti non ha alcuna idea di come intende coinvolgere i propri clienti nel presente e nel futuro con i contenuti.

Ciò è grave.

È grave perché non pianificando, c'è il grosso rischio di spendere energie, soldi, tempo in maniera poco strutturata.

Quando, al contrario, è proprio in una situazione di ristrettezza di energie, soldi e tempo che elaborare un piano è doveroso e può consentire di poter decidere dove destinare queste risorse "scarse".

Senza un progetto di comunicazione, il rischio più alto è proprio quello di buttare letteralmente fuori dalla finestra dei soldi.

Per cominciare a realizzare un progetto di comunicazione che possa essere realmente efficace, prima di tutto debbo capire che buona parte delle persone che in questo momento si approccia a vedere dei video, lo fa perché vuole capire come fare alcune cose.

Sono i cosiddetti video "tutorial", i video "how to": come faccio a fare questa cosa, come faccio a fare quest'altra cosa...?

Sarebbe molto interessante che i Consulenti finanziari insegnassero tramite i video a capire ad esempio come o in cosa si differenzia uno strumento finanziario dall'altro.

Oppure, come verificare sul proprio estratto conto alcuni costi.

O ancora, come cominciare a pianificare finanziariamente la propria vita futura.

Sono convinto che, da parte dei clienti, vi sia "fame" vera di questo tipo di informazioni.

Non dimentichiamoci che soldi, salute e figli sono gli argomenti che creano maggiore emozione nelle persone.

Prova ad esempio a chiederti che tipologia di video sei solito cercare sul web: ti renderai conto che buona parte dei video che ricerchi sono relativi proprio al come trovare soluzioni a problemi specifici.

E magari buona parte di questi problemi riguarderanno proprio i soldi, la salute ed i figli.

Per cominciare a produrre video, però, è necessario creare un Progetto editoriale.

Il progetto editoriale ti consentirà di poter decidere a priori i destinatari, i contenuti e soprattutto i canali attraverso i quali diffondere ciò che hai realizzato: questo per consentirti di poter raggiungere più efficacemente il tuo pubblico target.

Creare una Progetto editoriale non è difficile.

Ecco 5 step utili a realizzare la tua Strategia di comunicazione:

1. Fatti un'idea chiara con chi vuoi comunicare (segmento/nicchia di clientela);
2. Metti a punto una strategia ben definita di come andrai a comunicare con quella specifica nicchia (la tipologia di contenuti che intendi produrre, la frequenza, il tono e lo stile);
3. Elabora la modalità con la quale andrai a raccogliere il materiale che una volta elaborato, ti permetterà di poter produrre il tuo contenuto;
4. Elabora il come, il dove, il quando intendi produrre il contenuto.
5. Metti tutto insieme in un piano editoriale e, soprattutto, pianifica in termini temporali quando intendi realizzare i contenuti e quando intendi pubblicarli. Darti delle scadenze è un'ottima garanzia di poter razionalmente utilizzare le tue risorse - tempo, denaro, energie - in maniera efficace e passare dalla teoria alla pratica.

Immaginare di produrre dei video che siano realmente interessanti è veramente cosa da pazzi se prima non hai pianificato adeguatamente sforzi ed obiettivi.

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.