

RITORNO DAL FUTURO.

Una pagina di diario collocata fra cinque anni nel futuro, racconta di come potrà essere il nuovo modo di fare marketing per il Consulente finanziario. Raccontando di nicchie, comunicazione e focus.

Milano, 20.06.2024

Sono già trascorsi cinque anni dalla prima lezione della IMPRENDIPROMOTORE Academy.

Sono stati cinque anni intensi, fatti di incontri, risultati, successi, delusioni, sconfitte e vittorie.

Ho una consapevolezza: quella di aver potuto aiutare tantissimi consulenti finanziari a superare un bel po' di difficoltà.

A superare le loro credenze limitanti. A credere che questa professione potesse avere ancora un futuro. Che potesse essere realmente una professione che migliorasse la condizione dei loro clienti.

Ad immaginare che la professione di consulente finanziario non potesse essere solamente un fatto individuale, ma che potesse esprimere tutte le proprie potenzialità grazie al senso di appartenenza ad una community.

Beh, debbo dire con grande soddisfazione che la missione è stata compiuta.

Cinque anni sono stati, inoltre, un periodo di tempo sufficiente per capire quali strategie hanno funzionato, quali no.

Cinque anni di sperimentazioni, test, raccolta di informazioni mi fanno dire con una ragionevole certezza che sono 4 le caratteristiche che più di altre, hanno consentito ai miei consulenti finanziari di poter ottenere risultati al di sopra della norma.

1. Focus sulle priorità dei clienti, non sulle loro disponibilità.

All'inizio questo nuovo modo di approcciare il lavoro ha presentato moltissime resistenze. Ciò era normale: si veniva da un approccio al mercato essenzialmente "push", dove il focus era legato alle disponibilità dei clienti ed al collocamento di prodotti e strumenti: del resto, buona parte della remunerazione era proveniente dal mero collocamento di questi ultimi.

Poi qualcuno ha iniziato a cambiare approccio - del resto c'è sempre qualcuno che prima di altri si attiva e funge da avanguardia! - .

I seminari finanziari dedicati alla metodologia del Goal Based investing hanno cominciato a produrre i primi timidi risultati.

Poi, evento dopo evento, i clienti hanno cominciato a comprendere il valore di questo approccio.

Va detto che gli stessi consulenti hanno cominciato a sentirsi maggiormente a proprio agio. E con loro i clienti.

Da allora, un "crescendo rossiniano". Un vero e proprio contagio positivo di esperienze, differenti modalità di approccio alla clientela, difficoltà.

Ma finalmente con una consapevolezza: di fare veramente la differenza nella vita dei clienti, aiutandoli a focalizzarsi sulle loro priorità.



Enrico Florentino
CEO Strategike Srl



2. Target di clientela ben definito.

Trent'anni di approccio generalista e push sono stati duri a morire.

La sfida lanciata fin dalle prime lezioni, era proprio quella di cominciare ad individuare specifici segmenti di clientela da servire.

Focalizzandosi su specifici target e nicchie, il lavoro ha cominciato a diventare meno difficile, meno complesso.

Oltre a ciò, l'unicità di ciascun consulente finanziario ha cominciato finalmente ad emergere.

Individuare delle specifiche soluzioni a specifici problemi è stato molto sfidante.

Ma le fatiche sono state ampiamente ripagate sia in termini di definizione di proposte realmente di valore, sia di credibilità e reputazione sul mercato: tutto ciò per ogni consulente che abbia voluto imboccare questa strada.

3. Budget di marketing interamente destinato al target di clientela.

È stato bello vedere i Consulenti cominciare ad investire in marketing con decisione.

Facendolo però in maniera completamente differente da come erano abituati.

Pianificando le differenti azioni, dotandosi di un calendario di marketing ma, soprattutto, destinando il budget di marketing esclusivamente al target di clientela individuato.

Ciò ha permesso immediatamente di poter cominciare ad essere visibili sul mercato e, cosa più importante, ad essere percepiti come autorevoli e credibili per quella specifica nicchia.

Inoltre, aumentare l'investimento in marketing ha consentito di entrare in una logica "pull" di mercato.

Ha permesso a molti di cominciare ad essere avvicinati dai clienti proprio grazie a reputation e credibilità come mai prima di allora era accaduto.

4. Un messaggio chiaro e di facile comprensione.

La comunicazione. Croce e delizia dei Consulenti. In realtà, avendo seguito con attenzione tutti gli step precedenti, le modalità di comunicazione, i mezzi e gli strumenti adottati sono stati una naturale conseguenza.

Si è comunque puntato ad una chiarezza di messaggio e ad una semplificazione dello stesso per poter aumentare al massimo la comprensione ai destinatari.

Senza però rinunciare all'autorevolezza. Anzi, acquisendo autorevolezza propria grazie ad un mantra: rendi semplice ciò che è complesso e la tua autorevolezza aumenterà di pari passo.

Ora non mi resta che pensare a cosa accadrà nei prossimi cinque anni, per aiutare i miei consulenti finanziari a raggiungere nuovi e più importanti traguardi!

Oggi ho voluto scrivere questa pagina di diario facendo una fuga nel futuro ed immaginando quali potrebbero essere le strategie vincenti che un consulente finanziario potrebbe, anzi dovrebbe adottare, per aiutare la propria impresa di consulenza finanziaria a prosperare.

Credo moltissimo in questo tipo di evoluzione come credo altrettanto che queste quattro modalità differenti di approccio all'impresa, ai clienti ed al mercato potranno far ottenere risultati al di sopra di ogni aspettativa.

A fra cinque anni, per scoprire quanto delle cose che ho scritto, si saranno avverate.

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 finanziaria 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.