

LA FORMULA DEL SUCCESSO

La formula del successo: gli elementi indispensabili per creare la TUA piattaforma e distinguerti dai competitor.



Perché un consulente finanziario dovrebbe costruire una propria piattaforma per dare “una casa” ai contenuti che produce?

Che vantaggi potrebbe ricavare dalla creazione di una propria piattaforma proprietaria?

Una piattaforma ti consente di essere visibile al tuo mercato di riferimento.

Ti consente di distinguerti.

Ti consente di farti scegliere dai clienti.

In questo articolo ti mostrerò gli elementi indispensabili per creare una piattaforma ad hoc in grado di darti tutto questo: ti mostrerò la formula del successo.

I 5 elementi essenziali che dovranno costituire il DNA della tua piattaforma

Comincerò subito ad elencarti gli elementi indispensabili per creare la tua piattaforma, senza troppi preamboli. Sei pronto? Analizziamoli uno alla volta.

1. Un sito web.

Il tuo sito web deve essere assolutamente progettato professionalmente.

Il sito web è la tua vetrina, il tuo ufficio: devi aspirare ad avere una vetrina e un ufficio prestigiosi e coerenti.

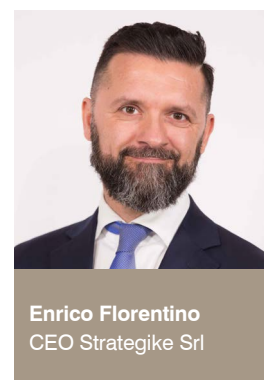
Devi arredare il tuo “ufficio virtuale” in modo tale che possa rispecchiare realmente la percezione di ciò che tu vuoi essere e che vuoi trasmettere ai tuoi clienti.

Ovviamente, per prima cosa deve esserci l’indicazione di cosa tu possa veramente fare per loro: devi essere in grado di vendere i servizi che offri come “la soluzione” ai problemi dei tuoi clienti.

Ti ricordo che non c’è mai una seconda occasione per fare buona impressione, quindi, la creazione del tuo sito deve trasmettere immediatamente la tua professionalità, deve avere un design accattivante, originale, ma che rispecchi la tua persona. Di conseguenza, l’attenzione per i font e i colori deve essere estrema.

Deve esserci una coerenza totale in tutto ciò che trasmetti via web.

Il tuo sito deve esprimere al massimo tutta la tua eleganza e il tuo modo di essere, nonché la tua professionalità e il tuo grande valore ai clienti: sono loro che ti pagano, quindi, è giusto che ottengano dall’altra parte una experience di livello.



Enrico Florentino
CEO Strategike Srl

2. Delle foto professionali.

Ricordati che il tuo prodotto sei TU: la tua immagine sul sito, quindi, è fondamentale.

Uno shooting professionale - che ti mostri con un bel sorriso, un bel primo piano, ma anche foto a mezzo busto, a figura intera, con vestiti differenti, nonché foto impegnato sul campo - è il mezzo migliore per trasmettere ai clienti come sei realmente quando svolgi le tue attività giornaliere: è importante che loro vedano come sei.

Devono poter toccare con mano la tua professionalità, usando tutti i sensi, per poter capire a chi si stanno affidando.

Mi raccomando!

Non mettere fotografie di vent'anni fa: non c'è cosa peggiore che creare un'aspettativa in una persona per poi non rispettarla. Le foto devono essere costantemente aggiornate.

Soprattutto, evita di inserire foto fatte in ambito familiare: possono essere sgranate, sfocate e non attinenti all'attività che svolgi.

Ciò vale per qualsiasi social, non solo per il sito: mi riferisco anche alla pagina Facebook, alla pagina LinkedIn etc.

3. Dei testi curati.

All'interno del sito, poi, i testi dovranno essere particolarmente curati.

Nella sezione in cui ti presenti devi raccontare chi sei in maniera avvincente: dovrai fare tesoro di tutta quella che è la tua capacità di storytelling.

Se non sei in grado di gestire questa parte da solo, fatti aiutare!

Ricorda: devi raccontare la tua storia in maniera avvincente. Raccontala anche attraverso aneddoti, che ti possono portare a ricordare delle situazioni complesse del passato che hai risolto in maniera egregia.

4. Dei casi studio.

Cerca di avvalerti delle testimonianze dei clienti entusiasti dell'esperienza avuta con te. I buoni giudizi sono fondamentali!

Del resto, quando decidi di andare in un hotel o in un ristorante, ciò che conta di più sono i commenti di chi ha già provato quel determinato posto.

Non dimenticare che tu vendi un servizio e un servizio non può essere testato se non nel momento in cui si acquista.

Fondamentalmente, ciò che porta le persone a desistere nell'acquistare un servizio è la paura di correre dei rischi: le testimonianze possono notevolmente abbassare tale sensazione di rischio.

5. Un blog.

Il blog è fondamentale perché, attraverso la scrittura e la pubblicazione di articoli, potrai creare la tua credibilità e la tua reputazione online.

Dimostrerai costantemente le competenze acquisite nel tempo e che metterai a disposizione della clientela. Motiverai, inoltre, i clienti a cercarti e a comprendere perché dovrebbero lavorare con te e non con un altro.

Un sito senza un blog è paragonabile a una mediocre brochure.

Prova a pensare a quando vai in un concessionario e ti consegnano la brochure di un'auto.

Che cosa fai?

La sfogli, ma non di più. La metterai da parte e, prima o poi, deciderai di farle prendere la via della pattumiera. Perciò, è importante che tutto sia ben congelato.

Tutto serve per avvolgere di contenuti i tuoi clienti. Tutto serve per elevarti rispetto ai tuoi competitor.

Sfrutta al meglio la formula del successo che ti ho appena fornito: crea la tua piattaforma, distinguiti e conquista il web.

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.