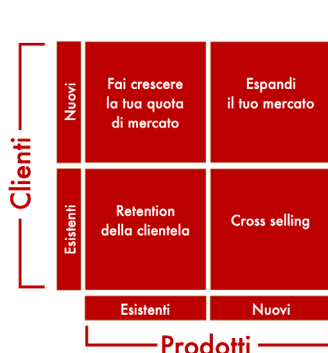


CRESCITA AZIENDALE: QUATTRO STRATEGIE PER MIGLIORARE LA TUA IMPRESA DI CONSULENZA FINANZIARIA



IMPREDI
PROMOTORE
Academy

L'azione: business o clienti?

Se è vero che la **formulazione di una buona strategia** è alla base della crescita di un'impresa, è altrettanto vero che essa non ha ragione d'essere se non viene messa in pratica attraverso **l'azione**.

Ma allora... In che direzione ti devi muovere?

Devi lavorare su un **nuovo business** o su **nuova clientela**?

Sono sicuro che tu creda che sia giusto concentrarti su **entrambi** i fronti: sbagliato!

Infatti, generare nuovo business **NON equivale** ad acquisire nuova clientela.

Questo perché, se analizzi più approfonditamente le **motivazioni** che ti spingono a chiederti in che modo tu possa far crescere la tua impresa, noterai immediatamente che ci sono **tre desideri** che ti muovono più di ogni altra cosa.

Essi sono:

- Essere maggiormente presente sul mercato;
- Far crescere la stima all'interno delle persone che si rivolgono a te;
- Far aumentare il fatturato.

Come vedi, **nessuno** di essi è correlato al **far crescere il numero** di clienti.

Con questo, non voglio dire che tu non debba **espandere il tuo portafoglio**, bensì che tu lo debba fare con **accortezza**.

Infatti, non puoi prescindere dal definire un **obiettivo specifico** per tale tipologia di attività, perché, come tutte le altre imprese di consulenza finanziaria, anche la tua deve fare i conti con un proprio **budget di marketing**, un **tempo a disposizione limitato**, altri **vincoli legati** al tema della **struttura organizzativa**...

Ogni volta che parlo con i miei clienti, non riesco a far capire pienamente quanto sia importante strutturare un **piano d'azione** per la propria **impresa**.

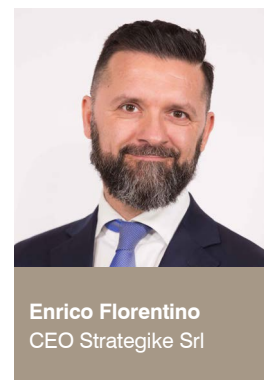
Questo perché tutti i consulenti finanziari vorrebbero **far crescere il loro business**, ma, spesso, credono che sviluppare le **tattiche** mirate a tale obiettivo sia solo una **perdita di tempo** ed **energia**: pensare in questo modo è uno dei **peggiori errori** che un professionista del nostro settore possa commettere!

Infatti, per ogni tipo di **obiettivo di crescita**, è necessario attuare le **giuste** strategie.

Immagino che tu ti stia chiedendo:

“Quali sono queste tattiche capaci di farmi ottenere risultati concreti?”

Sappi che voglio rispondere proprio a questa domanda, quindi, ecco **quattro ottime strategie** per far crescere la tua impresa di consulenza finanziaria!



Enrico Florentino
CEO Strategike Srl

Le quattro strategie

Ecco che, quindi, diventa fondamentale definire quale sia il tuo **punto nave**: devi capire dove stai andando e quali siano le **competenze** già acquisite.

Per aiutarti, ti riporto le seguenti **quattro strategie**: naturalmente, non tutte funzioneranno alla perfezione all'interno della tua azienda.

Per ognuna di esse, ho selezionato una serie di **tattiche pratiche** che potrai attuare da subito, per far **crescere la tua impresa!**

1. Far crescere la propria quota di mercato;

Tale strategia implica l'implementare la giusta **promozione** dei tuoi **prodotti già esistenti** verso una **clientela completamente nuova**.

Come puoi fare?

Eccoti alcune tattiche:

- Avviare un blog;
- Creare un sito web;

È la **vetrina** della tua azienda: non renderla uguale a quelle di tutti gli altri consulenti, altrimenti **NON** ti potrai mai **differenziare**.

- Porre molta enfasi sulla generazione dei referral;

Non dare mai per scontato che i clienti ti portino delle **referenze** solo perché, fino ad adesso, lo hanno fatto: sottolinea sempre quanto tu voglia avere **nuove segnalazioni** da loro.

- Fornire comunicati stampa ai giornalisti;
- Avere una forte Unique Selling Proposition.

Distinguiti per spiccare sul tuo mercato di riferimento.

2. Espandere il tuo mercato;

Puoi espandere il tuo mercato offrendo **nuovi prodotti a nuovi clienti**... Puoi utilizzare le seguenti tattiche:

- Identificare il tuo mercato di riferimento ideale;
- Promuoverti in tutti gli ambiti del tuo mercato target;
- Lavorare sul tuo personal brand.

3. Fare cross-selling;

Si basa sul proporre **prodotti nuovi a clienti già esistenti**, attraverso le seguenti tattiche:

- Concentrarti sui tuoi primi dodici clienti top;
- Mettere in atto una campagna di promozione;

Utilizza lo **storytelling** delle tue **e-mail** e **newsletter**, raccontando casi di clienti a cui hai risolto determinati problemi.

- Guardarsi intorno.

Non aver paura di rubare idee che ritieni funzionali alla tua impresa.

4. Retention della clientela.

Proponi **prodotti esistenti** a **clienti che hai già** e trattieni la clientela che hai acquisito.

Ecco alcune tattiche che fanno al caso tuo:

- Prestare attenzione alla customer experience;
- Adottare un processo di contatto sistematico e regolare;
- Cercare di conoscere meglio i clienti;
- Mantenere la tua presenza sui social media;

Anche se vuoi che **vita privata** e **pubblica** non si mischino, sappi che il cliente ti chiede l'amicizia per capire se sei veramente quello che dici di essere: perciò, non ci può essere **distonia** tra le due.

- Organizzare seminari finanziari a scopo educational;
- Mettere nero su bianco il tuo modello di servizio (la tua promessa);
- Cercare di fare una survey sulla customer satisfaction.

Chiedi ai tuoi clienti se siano **soddisfatti** o meno di te e **incrocia i dati**: così capirai dove tu possa migliorare.

Sono arrivato al termine anche di questo articolo.

Se ti è piaciuto, ti invito a farmelo sapere mandandomi una nota vocale a **@EnricoFlorentino** su **Telegram**.

Sullo stesso social, inoltre, potrai accedere al canale de **L'Imprendi(promo)tore**, dove, ogni mattina, a partire dalle 7:00, potrai ascoltare un mio commento audio circa un sempre nuovo argomento legato al mondo della consulenza finanziaria.

Iscriversi è semplice, perché ti basta accedere al seguente link:

<https://t.me/impredipromotore>

E cliccare su **UNISCITI AL CANALE** (o **JOIN US**, se hai la versione in inglese).

Spero di sentirti presto!

Un caro saluto,

Enrico Florentino

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.