

5 MODI IN CUI LA TECNOLOGIA PUÒ AIUTARTI A RAFFORZARE IL RAPPORTO CON LA TUA CLIENTELA



L'era della digitalizzazione ha cambiato e influenzato le nostre logiche di fruizione e consumo di beni e servizi, e ciò ha avuto enormi ripercussioni anche nell'ambito della comunicazione.

Proprio così: anche i liberi professionisti sono chiamati a servirsi della tecnologia e del digitale per raggiungere la propria clientela in maniera veloce, varia e personalizzata.

E ciò, chiaramente, riguarda da vicino anche noi consulenti finanziari!

Posso immaginare alcune delle tue obiezioni: i mezzi tecnologici garantiscono sicuramente maggiore efficienza, ma non sono forse troppo freddi, impersonali, poco adatti per costruire un vero rapporto con il cliente?

Bene, voglio soffermarmi proprio su questo tema. Voglio mostrarti come la tecnologia non debba essere considerata in maniera negativa, ma, al contrario, come un **supporto straordinario** per la tua attività.

La tecnologia, quindi, può aiutarti anche a sembrare più umano ed empatico agli occhi dei tuoi clienti?

La risposta è: **ASSOLUTAMENTE SÌ.**

In questo articolo voglio mostrarti 5 MODI in cui la tecnologia ti permette di rafforzare il rapporto con la tua clientela.

Continua a leggere per scoprire di cosa si tratta!

#1: la profilazione della clientela

I nuovi strumenti tecnologici ci danno la possibilità di profilare in maniera incredibilmente dettagliata i clienti.

Ciò vuol dire, automaticamente, che il rapporto diretto con il cliente sia diventato superfluo?

Assolutamente NO.

Costruire un **vero** rapporto con il cliente rimane di importanza fondamentale per il consulente finanziario del presente e del futuro.

Una corretta profilazione, però, ti permette di dare una svolta – e in meglio – alla tua attività.

Spesso, nei miei corsi di formazione, racconto di come l'intelligenza artificiale possa aiutare a decifrare le abitudini di consumo del proprio target.



Enrico Florentino
CEO Strategike Srl

Pensa alla velocità con cui una piattaforma di analisi dei dati può rivelarti:

1. Dove spende il denaro un cliente;
2. Come lo spende;
3. Con che frequenza;
4. Quali prodotti/servizi acquista.

L'acquisizione di tali informazioni è un coadiuvante importantissimo nella costruzione di una relazione personale con la tua clientela, e permette di migliorarla notevolmente a livello qualitativo.

#2: la consapevolezza finanziaria del cliente

Il ruolo del consulente finanziario, al giorno d'oggi, è sempre più vicino a quello del divulgatore.

Sono ormai moltissimi i consulenti che hanno avviato un'attività di informazione e divulgazione indirizzata al proprio target, presentando in forma semplice e accessibile contenuti complessi come quelli legati al mondo della finanza.

La tecnologia ha un ruolo fondamentale nella diffusione e amplificazione di tali contenuti.

Pensaci un attimo: è esattamente ciò che faccio io con il canale **Telegram de L'IMPRENDI(PROMO)TORE**.

Questo strumento, infatti, mi consente di raggiungere **contemporaneamente** tantissimi professionisti, per condividere con loro informazioni e novità sul mondo della consulenza finanziaria.

Le nuove tecnologie, dunque, ti permettono di abbattere le distanze e raggiungere centinaia e centinaia di persone attraverso:

- Piattaforme social;
- Siti web e blog;
- Contenuti scritti, audio e video.

Così facendo, potrai educare i tuoi clienti in modo del tutto inedito rispetto ai soliti incontri **One-to-One** o ai seminari finanziari fisici, che possono coinvolgere al massimo 15 o 20 persone per volta e che, comunque, allo stato attuale sono da sconsigliare (considerando il numero sempre più crescente di contagi).

Grazie alla tecnologia, dunque, la portata della tua attività di comunicazione è oggi notevolmente più ampia rispetto al passato.

#3: la customer experience

I clienti, oggi, sono sempre più abituati a interfacciarsi con le piattaforme tecnologiche.

Basti pensare al rapporto – oserei dire di “dipendenza” – che molti di noi hanno con Amazon.

Una delle possibilità più interessanti offerte dalla tecnologia è proprio soddisfare le esigenze degli utenti esattamente nei tempi e nelle modalità che desiderano, garantendo il **massimo livello di personalizzazione dell'offerta**.

Anche nel settore della consulenza finanziaria la **customer experience** gioca un ruolo determinante. E la tecnologia è estremamente utile in tal senso, permettendo al consulente di personalizzare al massimo il percorso che il cliente intraprenderà per arrivare fino a lui, usando i canali di comunicazione che predilige.

#4: la comunicazione

Al giorno d'oggi, abbiamo un'enorme varietà di strumenti e modalità di comunicazione: non solo telefonate e incontri One-to-One, ma anche webinar, social media, canali Telegram e WhatsApp, blog e siti web... le possibilità sembrano davvero infinite!

Ciò farà un'enorme differenza nella percezione che i tuoi clienti avranno di te: sarai, di fatto, **sempre disponibile** per loro, **24 ore al giorno e 7 giorni su 7**.

Esperienza a cui, come abbiamo già detto, sono stati abituati da piattaforme quali Amazon, che stanno profondamente condizionando il nostro modo di concepire l'esperienza di acquisto o la fruizione di determinati servizi.

#5: il sito web

La prima azione che un cliente compie in vista di un incontro, oggi, è scandagliare il web alla ricerca di notizie sul tuo conto.

Puoi e devi sfruttare tale tendenza a tuo vantaggio, usando il tuo sito come un vero e proprio biglietto da visita, ricco non solo di informazioni su di te, ma anche di **contenuti di valore**, che fornirai senza chiedere nulla in cambio.

Ciò farà sì, fra le altre cose, che i clienti **si fidino molto più velocemente di te**.

Tanti consulenti finanziari, per farsi conoscere e accorciare il “percorso della fiducia”, ricorrono per esempio alla pubblicazione di contenuti video sulle più svariate piattaforme:

- Blog;
- YouTube;
- Facebook;
- Etc.

E questa è solo una delle possibilità.

La tua presenza online, in sostanza, porterà i clienti a fidarsi più facilmente di te, e farà sì che ti percepiscano come un professionista **attento, responsabile e autorevole**.

Per concludere...

Questi **5 MODI di sfruttare la tecnologia**, in definitiva, ti permettono di mettere in luce un aspetto fondamentale: la tua umanità.

Il tuo pubblico ti percepirà come un professionista dinamico ed empatico, **sempre attento ai bisogni e alle esigenze della sua clientela**.

Grazie ai nuovi strumenti tecnologici, inoltre, avrai anche più tempo libero a disposizione, che potrai dedicare ad altri aspetti della tua attività di consulente.

Se questo articolo ti è piaciuto e sei desideroso di approfondire l'argomento, ti invito a seguirmi sul canale Telegram de **L'IMPRENDI(PROMO)TORE**, e di segnalarlo anche ai tuoi colleghi!

Lì troverai tutte le mie riflessioni e i miei suggerimenti in materia di consulenza finanziaria!

Che stai aspettando?

Raggiungimi!

⇒ <https://t.me/imprendipromotore>

A presto,

Enrico Fiorentino

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.