

ECCO 5 SITUAZIONI IN CUI IL CLIENTE DANNEGGIA IL TUO LAVORO DI CONSULENTE FINANZIARIO: PROVIAMO A RISOLVERE IL PROBLEMA!



Uno dei compiti principali per un consulente finanziario imprenditore è riuscire a raggiungere quanti più clienti in linea con la qualità della propria offerta.

È proprio nel rapporto con i clienti, infatti, che si nascondono i germi di un'impresa finanziaria di successo.

Non a caso, grazie ai nostri clienti in portafoglio, riusciamo a:

- Generare successi;
- Aumentare i consensi;
- Farci percepire come professionisti autorevoli.

Eppure, sebbene la relazione con la clientela sia estremamente importante, certe volte è necessario chiudere alcuni rapporti controproducenti.

Innanzitutto, è importante partire da una **premessa fondamentale**.

In tutti questi anni di esperienza, e a fronte di numerosi incontri con vari consulenti finanziari, ho avuto modo di verificare una costante che accomuna tutti i profili conosciuti: tutti i consulenti finanziari hanno, tendenzialmente, **pochi contatti** con clienti potenziali.

Avere una lista di prospect non molto nutrita è un problema da non sottovalutare nel nostro settore.

Come possiamo, dunque, liberarci di alcuni dei nostri clienti attuali e fare spazio per i clienti potenziali in target?

Quali sono le circostanze in cui dovremmo "licenziare" i nostri clienti attuali?

Scopriilo insieme a me proseguendo nella lettura di questo articolo.

5 circostanze in cui è bene interrompere il rapporto professionale con i nostri clienti

Incontrare pochi clienti potenziali vuol dire restare perennemente ancorati, con le unghie e con i denti, ai clienti esistenti. Quelli, cioè, che sono già presenti nel tuo portafoglio.

Compresi tutti quelli che:

- Ti mancano di rispetto;
- Ti sottraggono forze ed energie;
- Non sono assolutamente adatti a te e al tuo modo di lavorare.

Insomma, clienti che creano problemi, ti danno pensieri e preoccupazioni, e che non hai mai voglia di incontrare.



Enrico Florentino
CEO Strategike Srl

Proprio per questa ragione è necessario, per quanto possibile, cercare invece di dirigersi verso quei clienti con i quali sia possibile avviare un rapporto di collaborazione professionale piacevole e fruttuoso. Clienti con cui sia davvero possibile **affrontare un percorso di crescita comune**.

Ciò, tuttavia, non accade spesso.

Spesso a dominare il nostro portafoglio sono proprio i clienti "problematici". Per tale motivo, a un certo punto, si rende necessario interrompere alcuni rapporti di collaborazione.

Ma come riuscirci, e per quali esatte ragioni?

Ebbene: esistono **5 motivi** (più che validi!) per decidere di interrompere il rapporto professionale con un cliente.

Scopriamoli insieme nel dettaglio!

MOTIVO #1: il cliente muove richieste irragionevoli

Spesso alcuni clienti si aspettano che il consulente finanziario ottenga solo una serie ininterrotta di successi. Successi legati ai rendimenti e alle performance di portafoglio.

Ciò fa sì che, all'insorgere del minimo "problema", siano immediatamente pronti a puntare il dito contro il consulente finanziario per tacciarlo di **incompetenza**, per esempio, di fronte alla discesa dei mercati.

In caso di presunto "insuccesso", i clienti di questo tipo cominciano a tempestare il consulente finanziario di telefonate usando, spesso, toni particolarmente sgradevoli.

Ebbene: **meglio lasciarli andare!**

Perché?

Perché qualsiasi **fee** o ricavo tu possa ottenere dalla collaborazione con clienti simili non varrà mai tutti gli sforzi, le energie e i brutti pensieri causati dalla collaborazione stessa.

Anzi, ti dirò di più: è come se per questa tipologia di cliente il consulente finanziario e il servizio giusto non potessero semplicemente esistere.

Clienti di questo tipo non saranno mai soddisfatti di niente e nessuno. E ciò perché passano il loro tempo a muovere delle richieste del tutto irragionevoli.

MOTIVO #2: il cliente si crede una star

Alcuni clienti conoscono benissimo l'entità del loro potere contrattuale e, per tale ragione, decidono di sfruttarla chiedendo servizi di altissimo livello e pretendendo, però, di **non pagare nemmeno un centesimo**.

Ebbene: non è così che si imposta una buona collaborazione.

Le relazioni che funzionano davvero si fondano sulla professionalità e sulla cortesia reciproca, **non sul favoritismo**.

La presenza di favori costanti, infatti, finisce col rendere il rapporto professionale un gioco a **"somma zero"**. E, come potrai immaginare, i vantaggi pendono tutti a favore del cliente e mai della tua impresa di consulenza finanziaria.

Non dimenticare mai che sei un imprenditore a capo di un'impresa e che quest'ultima, per sopravvivere, ha bisogno di una certa marginalità.

Per rientrare nei termini della marginalità, inutile dirlo, **tutti i servizi erogati devono anche essere pagati**.

Dunque, clienti del genere **non ti servono**. A servirti sono persone veramente in grado di riconoscere il **valore**:

- Del tuo operato;
- Della tua offerta;
- Delle tue soluzioni.

Battiti per loro e lascia a casa chi non è disposto a investire nei tuoi servizi!

MOTIVO #3: il cliente non ascolta come dovrebbe

Non solo alcuni clienti tendono a non ascoltare, ma spesso sono anche particolarmente inclini a:

- Ignorare le nostre raccomandazioni;
- Procrastinare nelle decisioni da prendere, a dispetto dei nostri consigli.

Ebbene, è il caso di sbarazzarsi di questa tipologia di clienti, perché a lungo andare:

- Rischi di diventare semplicemente il loro "passacarte", e ciò è terribilmente squalificante a livello professionale;
- Non essere ascoltati è **l'anticamera delle maggiori tensioni all'interno di un rapporto**.

Facendo di testa sua, infatti, il cliente mostra di non fidarsi di te e di non riconoscere le tue competenze; e in più finisce anche con il procurarsi dei danni tali da **vanificare** tutto il lavoro che hai svolto per lui.

Tutto ciò è incredibilmente frustrante, non credi?

E tu non hai bisogno di frustrazioni nella tua vita professionale.

MOTIVO #4: il cliente "spegne" la relazione

Si sa: un rapporto la cui fiamma si affievolisce sempre di più è destinato a spegnersi.

Quando un cliente che hai in portafoglio si rende "inattivo", è opportuno muoversi seguendo una strategia ben precisa: cercare di rianimare il rapporto e, laddove impossibile, **chiuderlo definitivamente**.

A livello etico e professionale, inoltre, non è il massimo farsi pagare da qualcuno che non sta effettivamente usufruendo del nostro servizio.

Ebbene: se alcuni clienti non si lasciano servire da te, allora **tagliarli via** dal tuo portafoglio.

MOTIVO #5: il cliente irrispettoso

Se il tuo cliente ti manca di rispetto, e ogni volta che devi incontrarlo ti viene un nodo allo stomaco e preferiresti fare qualsiasi altra cosa pur di non trovarti al suo cospetto, allora **non ci sono fee che tengano**.

Concludi immediatamente il rapporto con il cliente in questione, preoccupandoti, magari, di sostituirlo con qualcuno che desideri davvero avvalersi della tua collaborazione, e soprattutto mostri rispetto nei tuoi riguardi.

Come licenziare un cliente: 6 passaggi da tenere in considerazione

Ma quali sono i passaggi da fare prima di **"licenziare"** un cliente inadeguato per la propria impresa di consulenza finanziaria.

Sono sei, **e tutti fondamentali**.

Vediamoli insieme!

PASSAGGIO #1: considerare la situazione dei mercati e i risultati

Con i mercati in ribasso, i clienti sono spesso alla ricerca di qualcuno a cui dare la colpa delle proprie perdite, non importa se a torto o a ragione. In genere, il consulente finanziario è un bersaglio facilissimo, **soprattutto se intenzionato a interrompere il rapporto**.

Dunque, se dovessi decidere di porre fine alla relazione con un cliente durante una discesa dei mercati – in particolar modo se ha perso del denaro – è molto importante che tu abbia con te la **documentazione completa**, che possa attestare tutte le operazioni che hai eseguito nel corso della vostra relazione professionale.

In tal senso, faccio sempre l'esempio di un mio cliente/consulente, che era solito inviare a ciascuno dei propri clienti attuali o potenziali un rapporto sintetico di ogni colloquio e scambio di informazioni.

Questo è un modo molto intelligente e pratico per documentare la relazione con il cliente, perché permette di evitare fraintendimenti che potrebbero portare il tuo assistito a dire di essere stato seguito male, con conseguenti **ricadute negative** anche sulla tua autorevolezza nel settore.

PASSAGGIO #2: valutare il contributo che il cliente apporta alla tua vita e al tuo business – la legge di Pareto

Cerca di equilibrare sempre i benefici e gli svantaggi nella relazione con il cliente.

In caso di trade off negativo, e cioè di **disequilibrio insormontabile**, è il caso di **terminare il rapporto**.

A questo proposito è bene tenere sempre presente la **legge di Pareto, quella sull'80-20**:

L'80% delle tue fee proviene dal 20% dei tuoi clienti.

Idealmente, dunque, il tempo da dedicare a quel 20% della tua clientela è il più rilevante, perché genera il maggiore ritorno economico.

Concentrati su questo punto e taglia via i rami secchi.

PASSAGGIO #3: rivedi i termini proposti al cliente

Definisci sempre in maniera chiara il tuo **modus operandi** e i termini dell'accordo con il cliente, anche qualora dovessero cambiare.

Come imprenditore autonomo (ma anche se lavori per una società mandante), a un certo punto puoi anche decidere di lavorare solo con clienti di un **certo target**.

Qualcuno che, insomma, sia disposto ad affidarti **un certo tipo di capitale**.

In questo caso, parlare chiaramente al cliente, spiegandogli che hai intenzione di iniziare a servire solo certi profili, può rivelarsi un'ottima occasione per:

- Incoraggiare alcuni clienti ad affidarti più denaro;
- Affidare il cliente in questione a un consulente junior.

PASSAGGIO #4: comunica personalmente la decisione al cliente

In qualunque evenienza, spiega sempre la tua posizione al cliente e sottolinea le motivazioni di carattere professionale che hanno determinato la tua decisione.

PASSAGGI #5 e #6: indirizza il cliente ad altri consulenti e metti sempre tutto per iscritto

Il quinto passaggio, come abbiamo già accennato, consiste nell'affidare i clienti di "piccolo calibro" a dei consulenti finanziari junior.

Il sesto, invece, nel **rendicontare il proprio** operato tramite documentazione scritta.

Mettendo sempre tutto nero su bianco, potrai continuamente dimostrare al cliente e al mercato (**in caso di "cattiva pubblicità"**) che hai sempre operato con la massima diligenza, fornendo la spiegazione delle strategie adottate ogni singola volta.

Per concludere...

Come vedi, l'articolo di oggi è denso di informazioni e fa emergere svariati spunti di riflessione.

Il consulente finanziario è abituato a pensare di dover sempre curare al massimo la relazione con i suoi clienti. Qualunque sia la tipologia di cliente con cui è chiamato a interagire.

Tuttavia, non sempre è possibile mantenere in vita tutti i rapporti. Soprattutto se, oltre a non essere proficui, si rivelano anche stressanti e deleteri per l'esercizio della tua professione.

Quindi, **non aver paura di recidere il filo che ti lega a un cliente** se quest'ultimo mostra di essere poco affine a te e al tuo operato.

Non puoi accontentare tutti!

E il tema non si esaurisce qui. Che ne dici, dunque, di scoprire ancora di più?

Ti invito a farlo sul canale Telegram de **L'IMPREDI(PROMO)TORE**. È lì che discuto tutti gli hot topic relativi al mondo della consulenza finanziaria.

Cosa 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 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.