

QUATTRO SUGGERIMENTI PER COMUNICARE VALORE



Ciao,

sono Enrico Florentino, l'Imprendi(promo)tore e nell'articolo di oggi ho pensato a **4 suggerimenti** che potranno esserti utili a rispondere a queste domande:

1. Perché buona parte dei consulenti finanziari non è in grado di comunicare efficacemente la propria proposta di valore?
2. Come comunicare il perché fai ciò che fai?

Il segreto è cominciare a **raccontare ai clienti cosa puoi fare per loro** senza dire semplicemente: "Faccio il consulente finanziario".

Per te è davvero **indispensabile riuscire a comunicare il valore** che puoi generare e dare ai tuoi clienti: è l'unico vero modo che hai per far crescere il tuo business.

Comunicare valore: perché è importante

Quando comunichi con i tuoi clienti puoi avvicinarli a te, **farti scegliere** e diventare la loro persona di fiducia nella gestione finanziaria. Se riesci a farti scegliere da un cliente le soddisfazioni saranno maggiori rispetto a quando sei tu a proporti a lui.

Questo perché il cliente è venuto a cercarti.

Quando un cliente cerca un consulente finanziario in particolare significa che ha capito che quel consulente **può risolvere il suo problema** e non potrebbe farlo nessun altro.

Ecco perché è importante che tu comunichi il tuo valore e la tua proposta di valore nel modo corretto: hai solo questa possibilità per portare i clienti dalla tua parte e voglio aiutarti a coglierla al 100%.

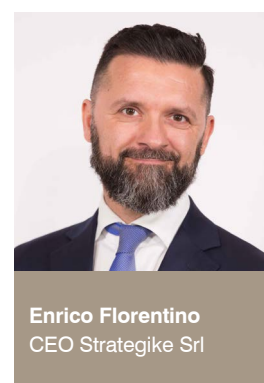
Nel nostro settore regna sovrana **l'indifferenziazione**, ma sai bene anche tu che ogni consulente è differente dall'altro. Ciascun consulente finanziario ha delle caratteristiche e una formazione che può essere più specifica su un determinato tema.

In realtà la maggior parte dei consulenti **preferisce rimanere nel vago**: per questo motivo, tra le varie descrizioni del proprio lavoro, vengono utilizzate le seguenti diciture:

- Wealth-manager;
- Financial advisor;
- Private banker.

Inoltre, anche la mancata personalizzazione delle pagine web e LinkedIn porta i possibili clienti alla confusione: se tutti i consulenti finanziari hanno le stesse indicazioni su lavoro, esperienze e competenze, i clienti non saranno mai in grado di capire quale consulente ha le competenze specifiche per risolvere il loro problema.

Proprio in virtù di questo ho studiato un piano che comprendere 4 suggerimenti per te, da seguire già da ora, per riuscire a **comunicare nel modo migliore la tua proposta di valore**.



Enrico Florentino
CEO Strategike Srl

1. chi sono le persone che aiuti?

Il mio **primo suggerimento** per aiutarti a capire come comunicare la tua proposta di valore è questo: devi capire quali sono le persone che aiuti con il tuo lavoro.

Quando avrai capito questo dovrai impostare la tua comunicazione sui tuoi clienti: sicuramente lavori con clientela che appartiene a un segmento, una nicchia di mercato, ma ancora non ci hai mai pensato, quindi non lo sai.

Può capitare che una persona senta nominare il tuo nome da un amico e decida di cercarti su **Google** per capire se puoi aiutarlo a risolvere il suo problema.

Chiediti: può davvero capire, leggendo le tue descrizioni, se fai al caso suo?

Probabilmente il tuo sito web ha una presentazione impostata in questo modo: **“Mi occupo di gestire il patrimonio dei clienti, proteggendolo e aiutandolo a crescere”** e sai che significa?

Significa che quella persona leggendo **non capirà** davvero se puoi risolvere il suo problema, quindi **cercherà un altro professionista** della consulenza finanziaria.

Quindi RICORDA: se il tuo profilo **non permette** alle persone di comprendere, leggendo, i benefici che possono ricavare rivolgendosi a te significa che **non stai comunicando nel modo corretto** la tua proposta di valore.

Devi iniziare a **sviluppare una mentalità da “medico specialista”**: un medico specialista è differente da un altro e anche se possono esserci specialisti più o meno blasonati nel loro settore, se avrai un problema alla schiena non ti rivolgerai mai a un cardiologo, ma cercherai un ortopedico.

2. che tipo di problemi sei in grado di risolvere?

Il mio **secondo suggerimento** di oggi, per te è questo: devi dimostrare cosa sei capace di fare ai tuoi potenziali clienti.

Come? Devi **fare un inventario delle tue competenze**.

Rifletti su questo: una delle **caratteristiche differenzianti** tra te e un tuo competitor è rappresentata dalle competenze, ma soprattutto dalle esperienze che hai maturato nel tempo.

Ti do un consiglio: prendi un foglio e **crea un elenco** delle cose che sai fare perché farle ogni giorno ti fa dimenticare tutte le tue capacità. Per farti un esempio ti mostro la mia lista:

- ✓ So parlare in pubblico;
- ✓ So tenere una riunione;
- ✓ So fare delle slide;
- ✓ So fare un colloquio individuale;
- ✓ So ascoltare;

- ✓ So leggere un bilancio;
- ✓ So organizzare il lavoro;
- ✓ So come redigere una procedura;
- ✓ So come realizzare un progetto con i project management;
- ✓ So utilizzare le mappe mentali.

Queste sono solo alcune delle mie esperienze in campo lavorativo, ma può aiutarti a capire come creare il tuo inventario di competenze, perché nulla è troppo banale o troppo comune.

Molte delle tue competenze possono essere messe **a servizio dei tuoi clienti** e sta a te esaltarle come strumenti di lavoro utili a risolvere i problemi dei tuoi clienti.

3. perché fai quello che fai?

Sei giunto al **terzo suggerimento** che ti conduce in una situazione leggermente spinosa e mi porta a chiederti: perché fai quello che fai?

Qual è il **motivo** che ti ha spinto a scegliere questa professione?

Il mio timore è questo: nel momento in cui risponderai onestamente, potresti rientrare nella categoria dei consulenti che non sa realmente perché ha scelto di fare questo mestiere, oppure in quella che ha scelto di seguire questa strada solamente per denaro.

Il mio consiglio è di fare molta **ATTENZIONE** se hai scelto di seguire quest'ultima via: potresti, a lungo andare, iniziare a morire dentro perché non ami quello che fai.

Tuttavia, puoi riuscire anche tu a trovare **uno scopo più alto**, una motivazione che ti aiuti a non provare noia per questa bellissima professione. Come? Ripensando ai tuoi anni di carriera e alla **sensazione** che hai provato ogni volta che sei **riuscito a risolvere i problemi** dei tuoi clienti.

Se hai capito **qual è il tuo scopo**, la motivazione che ti spinge a svegliarti ogni mattina e ad andare dai tuoi clienti, **puoi cominciare a raccontare** davvero qual è il tuo DNA professionale, quali sono i tuoi valori, ciò in cui credi e la storia reale della tua impresa di consulenza finanziaria.

Se dai **valore** alla tua professione e riesci a comunicarla ai tuoi clienti potrai finalmente farti trovare, e non sempre e solo cercare clienti.

4. perché sei diverso?

Siamo in dirittura d'arrivo e questo è il mio **ultimo suggerimento** per te e per aiutarti a comunicare efficacemente la tua proposta di valore.

Devi **sottolineare perché sei diverso** rispetto agli altri consulenti finanziari.

Se sai cosa ti contraddistingue puoi mettere finalmente in risalto il tuo lavoro e trasformare le tue caratteristiche in elementi differenzianti.

RICORDA questo: tu **generi tantissimo valore**, ma spesso lo dai per scontato perché dopo anni di esperienza il tuo lavoro viene spontaneo e naturale. La realtà, invece è questa: devi sempre ricordare che **l'impatto** che hai su ogni singolo cliente che segui è importante e ti permetterà di fare la differenza.

Quindi solo **comunicando efficacemente il tuo valore** sarai in grado di DIFFERENZIARTI e di agevolare i clienti nello scoprire che tu sei la persona giusta, al momento giusto e con la soluzione giusta, per loro.

Attenzione: imprendi(promo)tore academy in tour 2020

Di come **generare valore** e come far percepire il valore ai clienti ne parlo molto all'interno del programma didattico dell'Imprendi(promo)tore Academy.

Questo è il motivo per cui ho deciso di aiutare gli imprenditori di tutta Italia creando **un percorso di 8 tappe** che riprodurranno fedelmente una lezione in aula dell'Academy che seguono i miei oltre 200 studenti.

Voglio offrire anche a te la possibilità di vivere l'esperienza dell'Academy e della formazione e per questo porto l'Academy in tour, ecco le date e i luoghi:

1. 4 marzo a Roma;
2. 5 marzo a Napoli;
3. 11 marzo Milano;
4. 12 marzo a Torino;
5. 24 marzo a Catania;
6. 25 marzo a Palermo.
7. 27 marzo a Padova;
8. 3 aprile a Bologna;

L'invito che ti faccio è di affrettarti perché i posti sono limitati, ma iscriverti è semplicissimo: vai su www.imprendipromotore.it/tour2020

Ti è piaciuto questo articolo?

Beh, fammelo sapere con una nota vocale o un messaggio su **Telegram** a **@EnricoFlorentino**.

Ci sentiamo 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

#Comunicazione

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.