

FIDUCIA. E SE FOSSERO TRE?



“Grazie. Grazie per la telefonata. In un momento come questo, sapere che lei c’è, ci fa stare molto tranquilli.”

Federico chiude la conversazione.

Un sorriso affiora sulle sue labbra.

Gli occhi si fanno improvvisamente lucidi.

Fatica a trattenere l’emozione.

Pensa.

Pensa a tutta la fatica, le ore insonni, i chilometri fatti per poter acquisire quella cliente.

Ricorda i momenti di tensione vissuti durante il 2001. Poi il 2008.

Al tempo, quando iniziò a fare il consulente finanziario, era poco più che un ragazzo.

Belle speranze. Appena laureato. Una grande determinazione, voglia di fare.

Oggi è un professionista maturo, che sa il fatto proprio, che, però, non manca di emozionarsi quando sono i clienti ad indirizzargli delle belle parole come quelle pronunciate poco prima da quella sua cliente.

Dietro tutto ciò, una sola ed unica parola: fiducia.

Da sempre il rapporto che il Consulente finanziario instaura con la propria clientela si fonda sul profondo senso di fiducia.

A maggior ragione in un momento come questo, dove siamo stati costretti a ridisegnare completamente le nostre vite.

Improvvisamente sono diventate priorità cose che solamente due mesi fa, ci sembravano essere lontane, improbabili nel loro accadere.

In questi giorni chiedo frequentemente ai Consulenti finanziari in contatto con me di raccontarmi le loro giornate.

Cerco di capire, attraverso le loro storie, come la professione stia cambiando.

Perché, è innegabile, la professione è cambiata!

C’è qualcuno che stenta ancora a crederlo.

Crede ancora che, finito il lockdown, cominciata la fase 2, tutto progressivamente ritornerà a normalità.

Ma quale normalità? La normalità ante-Covid?

Dubito.

L’accelerazione che la pandemia ha dato a tutta una serie di cose, mi fa pensare che molti settori, compreso il settore della consulenza finanziaria, dovranno necessariamente ripensarsi.

Come? Attraverso quali driver?

Una chiave di lettura ce la può continuare a dare la fiducia.

Ho già avuto modo di trattare questo tema in altri miei interventi, qui su queste colonne.

Quale tipo di fiducia il cliente richiede al consulente finanziario?

È la medesima fiducia ante-Covid?

Oppure è una fiducia nuova, differente?



Enrico Florentino
CEO Strategike Srl

E, soprattutto, di quali elementi si compone la fiducia che il cliente accorda al consulente finanziario?

Non possiamo dire che esista una sola tipologia di fiducia. Ve ne sono differenti, di diversa intensità, di differente struttura.

Mi ha colpito uno studio fatto negli Stati Uniti nel 2017 intitolato "Trust and Financial Advice", dove venivano evidenziate tre tipologie di fiducia che i clienti accordano contemporaneamente, ma con differente gradazione, ai consulenti finanziari.

Una fiducia di tipo funzionale, una di tipo emotivo, una di tipo etico.

Provo a fare alcune riflessioni su ciascuna di esse.

Fiducia funzionale.

La fiducia funzionale è rappresentata principalmente dalla confidenza che le persone hanno nei confronti delle tue competenze tecniche, della tua credibilità.

Come costruire questa tipologia di fiducia?

Le certificazioni EFPA sono sicuramente un buon punto di partenza. La laurea pure, così come tutti i percorsi formativi legati alla consulenza patrimoniale.

Dietro una certificazione c'è sempre dell'impegno a rimanere aggiornati ed a migliorarsi.

Ma non posso dimenticare che, una certificazione non ha alcun valore, senza la sua applicazione pratica.

In altri termini: credo che mai come in questo momento, per potersi meritare la fiducia della clientela, il consulente finanziario debba "sporcarsi le mani" proprio grazie alle competenze acquisite dal percorso di studi.

Questo a riprova del fatto che le competenze sono nulle senza l'applicazione pratica delle stesse.

Questa cosa si chiama esperienza.

Tutti noi siamo alla ricerca di esperti.

Fiducia emotiva.

Quando in ballo c'è il denaro, non possono che esserci emozioni. Denaro, salute e figli sono i temi che più di altri, generano emozioni nelle persone.

Se un cliente ti accorda fiducia emotiva, vuol dire che hai avuto la capacità di connetterti nel profondo con lui.

Per poter aumentare la possibilità che un cliente ti accordi la propria fiducia emotiva, dovrai fortemente lavorare sulla tua capacità di entrare in empatia.

La porta d'ingresso dell'empatia è l'ascolto.

Grazie all'ascolto sarai in grado di poter entrare in una relazione più profonda con il tuo interlocutore, comprenderne le emozioni, i bisogni.

A quel punto, tutto diventerà più semplice.

Adotterai quell'atteggiamento pro-attivo che ti consentirà, ad esempio, di poter sviluppare quella grande capacità di pochi consulenti - di successo - di arrivare ad anticipare i bisogni e le necessità dei loro clienti.

Fiducia etica.

In momenti come questi, dove i clienti sono in preda ad una forte emotività, è molto facile che alcuni possano approfittarsi di loro e della situazione poco stabile a livello emotivo.

Mai come in questo momento, invece, il dimostrare un atteggiamento fortemente etico, fondato sulla correttezza e sulla trasparenza, ti porterà a costruire rapporti ancora più solidi.

Prova a rifletterci: mai come nei momenti di grande tensione emotiva, l'essere etici e corretti consente di porre le basi di un rapporto che nel tempo non potrà che consolidarsi.

Un rapporto fondato sulla trasparenza e sull'etica e ciò che di meglio un cliente possa chiedere al proprio consulente finanziario.

Per un attimo, prova a fare un check-up sullo stato della fiducia che hai costruito con i tuoi clienti.

Chiediti, in maniera onesta, qual è il livello che sei stato in grado di raggiungere per ciascuna tipologia di fiducia.

La verifica di ciascun livello, ti fornirà maggiore consapevolezza su cosa fare per poter aumentare, qualora necessario, la profondità della relazione tra te ed i tuoi clienti.

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

#Fiduca

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.