

QUANTO VALE LA TUA IMPRESA DI CONSULENZA FINANZIARIA?



“Quanto vale la tua impresa di consulenza finanziaria? Scoprillo attraverso l'analisi dei parametri qualitativi e quantitativi fondamentali.”

È sufficiente misurare il **valore di un'impresa di consulenza finanziaria** solamente dal punto di vista dell'**Asset Under Management**, ovvero delle **masse di portafoglio** e della **redditività**?

Dietro l'analisi di AUM e redditività c'è sempre **qualità**?

È vero che se un portafoglio è piccolo (in termini quantitativi), vuol dire che è qualitativamente non eccellente?

Oppure esistono anche delle altre metriche non quantitative in grado di rappresentare meglio le caratteristiche di un'impresa di consulenza finanziaria?

So che ti ho già posto **moltissime domande**... però sono necessarie per comprendere esattamente ciò che analizzerò in questo articolo.

Infatti, è solo rispondendo a tutti i precedenti quesiti che potrai veramente migliorare la tua impresa, in vista di un possibile **passaggio generazionale** o dell'**acquisizione**, da parte tua, del **portafoglio** di un collega **prossimo alla quiescenza**.

Vuoi scoprire come?
Continua a leggere, allora!

Il necessario passaggio generazionale

Alcuni dati che riguardano il mondo della Consulenza finanziaria sono veramente **allarmanti**.

Infatti, i professionisti del nostro settore, che oggi operano in Italia, hanno un'età media di circa **cinquantuno anni**: vi è, purtroppo, pochissimo ricambio!

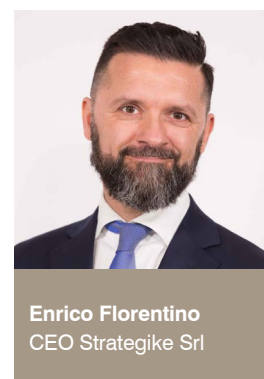
Per sopperire a tale difficoltà, devi prepararti per tempo, in modo da poter consegnare la tua impresa a un consulente più giovane (nel caso tu sia un senior prossimo alla pensione) o acquisire l'azienda di un tuo collega prossimo alla quiescenza (nel caso tu sia un junior) in **perfette condizioni di portafoglio**.

Parametri qualitativi e quantitativi per migliorare il tuo business

Come puoi fare tutto ciò?

Analizzando alcuni **parametri quantitativi** e **qualitativi** fondamentali per far **crescere il tuo business**.

Essi sono sia qualitativi sia quantitativi perché non basta analizzare fatturato e redditività: devi anche prendere in considerazione, per esempio, i valori basilari dell'impresa che acquisisci o cedi, dato che il nostro lavoro ha un **impatto fortissimo sulla vita dei clienti**.



Enrico Florentino
CEO Strategike Srl

1.1.1 Parametri quantitativi

Di conseguenza, parto con l'analizzare insieme a te i seguenti parametri quantitativi:

1. Crescita;

Un buon metodo per comprendere a che punto della crescita si trovi la tua azienda è il **porti le corrette** domande che, a mio modo di vedere, in tal contesto si potrebbero tutte ricondurre al seguente quesito:

Quanto è cresciuta l'impresa negli ultimi cinque anni? E negli ultimi dieci anni?

Tieni presente che di base un'azienda, che sta vivendo un trend di alto livello di crescita, deve registrare un **aumento del fatturato annuo** di minimo il **10/15%**.

2. Produttività;

Al fine di tenere sotto controllo tale parametro, poniti le seguenti due domande:

- Che redditività ha **ciascun cliente**?
- **Quanto ti costa** seguire un determinato cliente?

3. Redditività;

È l'altra faccia della produttività.

Devi sempre considerare, per ogni singolo cliente, i costi di:

- Ore che gli dedichi;
- Ore che il tuo staff gli dedica;
- Spostamenti.

Fatto tutto ciò, potrai dividere il tuo portafoglio in **terzili** o **quartili**.

Con la suddivisione in **terzili**, andrai a creare tre categorie di clientela: A, B, C.

Con la suddivisione in **quartili**, le categorie saranno invece 4: A, B, C, D.

4. Soddisfazione del cliente.

Sottoponi ai tuoi clienti un **questionario di soddisfazione** circa il servizio erogato.

A parte il grande **apprezzamento** che riceverai dai tuoi clienti, per esserti messo in ascolto delle loro richieste, con i questionari puoi anche avere la consapevolezza dello **stato dell'arte** del servizio da te offerto.

1.1.2 Parametri qualitativi

Anche i **parametri qualitativi** sono necessariamente da prendere in considerazione.

La valutazione che farai ti sarà utile sia in caso di acquisizione, sia in caso di cessione del portafoglio e del business.

1. Valori, vision, mission e strategia;

Il mestiere di consulente finanziario ha un enorme impatto nella vita delle persone: perciò, è fondamentale avere ben chiaro dove si voglia arrivare (**vision**) e come si stia attuando tale **strategia (mission)**, seguendo ovviamente i propri **valori**.

2. Unique Value Proposition;

Per poter definire al meglio una **proposta di valore unica**, devi **distinguerli** lavorando su **nicchie specifiche di mercato**.

3. Qualità della pianificazione;

Il mondo della consulenza finanziaria deve fare un importantissimo sforzo educativo nei confronti dei clienti per portarli sempre di più a ragionare sugli **obiettivi** e non solo sulle **caratteristiche** di un **investimento** o sulle **performance**: un portafoglio con clienti che abbiano aderito alla logica del **Goal Based Investing** è molto stabile e potrà dare ottimi ricavi per il futuro.

4. Gamma di servizi.

Devi introdurre, nelle tue attività, una serie di **servizi accessori**, ma assolutamente utili per il cliente: devi diventare il **gestore di competenze altrui**, ricoprendo la carica di leader del tuo network di professionalità.

Se l'articolo e l'argomento trattato ti sono piaciuti, allora fammelo sapere scrivendomi o mandandomi una nota vocale a **@EnricoFlorentino** su **Telegram**.

Sarà per me un piacere leggetti o ascoltarti, in modo tale da migliorare la mia azienda e la tua impresa di consulenza finanziaria con sempre nuovi contenuti di altissimo valore per te.

Un saluto,

Enrico Fiorentino

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

#ValoreImprenditoriale

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.