

L'IMPRENDI (PROMO) TORE

Free o Fee? Come cominciare a togliere la R ed iniziare a parlare di costi di consulenza ai clienti.



Perchè la maggior parte dei clienti è convinta che il servizio di Consulenza offertogli sia FREE?

MIFID 2 darà finalmente l'opportunità ai Consulenti di poter parlare anche di quanto ammontano le loro competenze e completare definitivamente la transizione da professione che ricava dalla promozione di prodotti ad una professione che ricava dalla promozione dei servizi di consulenza offerti.

Basterà semplicemente togliere una "R" e trasformare la parola FREE in FEE.

Ripercorro con la mente la storia del settore della Consulenza finanziaria.

Lo faccio mettendo insieme le esperienze di vita vissuta ai racconti di chi il settore della consulenza finanziaria l'ha fatto.

Dai mitici anni ottanta ad oggi, il mondo della consulenza ha conosciuto una costante evoluzione.

Su una cosa, però, continua ad assomigliare a sé stesso.

Imperituro negli anni, il principale provento dell'attività continua ad essere la commissione sui prodotti collocati.

Quest'ultima, in maniera più o meno opaca o più o meno trasparente, continua ad essere sostenuta dal mercato.

Fin qui niente di male. Non si può fare impresa senza un conto economico che preveda dei ricavi che possano rendere sostenibile la vita stessa dell'azienda, dei suoi stakeholder, i portatori di interesse.

Ma c'è una cosa che questa "semitrasparenza" ha generato nei clienti e nel mercato.

Che l'attività svolta dal Consulente finanziario fosse per certi versi gratuita, FREE.

MIFID 2, per quanto impensierisca ragionevolmente il settore - in primis i consulenti - può trasformarsi in un'ottima occasione per far sparire quella "R" di troppo dalla parola FREE e cominciare finalmente a ragionare con i clienti di FEE (i c.d. costi della consulenza e del consulente).

Sì, perchè tutto questo timore da parte dei consulenti in parte si fonda sul percepito dei clienti che, sino ad oggi, l'attività di consulenza sia stata prestata in forma gratuita, FREE!

Per cominciare a ragionare di FEE, di costo della consulenza, è necessario far percepire al cliente quale sia la vera differenza nel farsi seguire da te, piuttosto che da un altro consulente o in alternativa rivolgersi ad una piattaforma/supermarket di strumenti finanziari.

Questa regola sta alla base di tutte le professioni legate alla consulenza.

Pensa ad un avvocato, ad un notaio, ad un commercialista, ad un medico specialista.

È sempre molto chiara la differenza che sta nel rivolgersi a ciascuna delle figure professionali elencate in precedenza, come è naturale, al termine della loro prestazione, ricevere la parcella e pagarla.

Ecco che queste 5 semplici regole potranno aiutarti nello scopo.

Potrai e dovrai rappresentare correttamente al cliente che ciò che sta ricevendo da te non è gratis et amore Dei, ma è frutto di investimento di tempo nel migliorare le tue competenze.

Potrai così dimostrargli che ciò che paga è legato alla tua esperienza, ai costi della struttura organizzativa di cui ti sei dotato, al tempo che gli dedichi quando non sei in sua presenza, alla formazione nella quale investi tempo e risorse per essere sempre sul pezzo.



Regola 1 - Spiegare le proprie competenze collegate ai benefici di cui il cliente gode.

La prima barriera che si frappone tra il Consulente ed il cliente nel cominciare a ragionare di fee è l'incapacità dello stesso Consulente di spiegare in maniera efficace la propria expertise.

Troppo spesso è tutto condensato in un frettoloso: "Ho lavorato per quella istituzione bancaria o per quell'altra struttura finanziaria".

Oppure

"Ho 20 anni di esperienza nel settore".

Due frasi che non raccontano in nessun modo le competenze che possono generare realmente dei benefici per il cliente.

I clienti, ricordalo, (e anche noi a nostra volta siamo clienti di qualcuno) ragionano sempre con la formula: benefici-costi.

Regola 2 - Prendere l'iniziativa e cominciare a parlare.

Lo so, sarà durissima. Ma è il consulente che deve cominciare la discussione.

Il cliente difficilmente è in grado, in piena autonomia, di fare delle domande su che cosa consista l'attività di consulenza che gli viene prestata.

Regola 3 - Essere trasparenti.

Un cliente difficilmente è in grado di immaginare tutto il lavoro che sta dietro le differenti azioni che un consulente finanziario gli riserva.

Far comprendere passo passo a cosa corrisponda ciascun costo sostenuto, può senz'altro dimostrare al cliente il valore dell'assistenza che riceve.

Regola 4 - Il Contesto.

Qui il consulente dovrà essere più specifico possibile nel collegare a ciascun beneficio il relativo costo sostenuto.

Per esempio: "Lo 0,20% di ciò che sta pagando serve a coprire i costi di staff. Questo le permette di essere informato tempestivamente sull'andamento dei suoi investimenti, o, qualora necessitasse di assistenza tempestiva, saprebbe che, in qualsiasi momento, ci siamo per assisterla".

Regola 5 - Mettere tutto per iscritto.

Ho un sogno: cominciare a vedere Consulenti che, in fase di acquisizione di clientela, propongano un loro modello di servizio.

Un modello elaborato da loro, dove raccontano come, quanto, quando e perchè si prenderanno cura del cliente.

Attenzione: qui la società mandante non c'entra nulla.

Questo è un ambito ed una prerogativa esclusiva del Consulente finanziario.

Proporre e far sottoscrivere un modello di servizio al cliente diventa vincolante per il Consulente e per il cliente.

So che la cosa potrebbe costituire una criticità qualora, ad esempio, il Consulente venisse meno a quanto scritto nel contratto di servizio.

Ma voglio pensare il tutto in una accezione positiva.

Lato Consulente - dare il massimo e soprattutto rispettare quanto pattuito.

Lato Cliente - accettare quanto dovuto dal Consulente in base al modello di servizio.

Solo così sarà possibile compiere quel salto di maturità professionale come Consulente finanziario.

In fondo, basta semplicemente togliere una "R".

**Più venderai,
Più sarai un consulente!**



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

www.gam.com seguiteci anche su:



Disposizioni importanti di carattere legale

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.