

# 8+1 RAGIONI PERCHÈ DOVRESTI FARE MARKETING CON I CONTENUTI.

Produrre contenuti, sebbene sia una attività estremamente intensa ed impegnativa, si dimostra essere la strategia più efficace per potersi posizionare e distinguere sul mercato. Oltre a ciò, la produzione di contenuti conferisce autorevolezza: un valore fondamentale per il Consulente finanziario di oggi.

Ho appena terminato la prima aula di formazione all'interno dell'IMPREDIPROMOTORE Academy, il mio percorso di formazione dedicato alla crescita dell'impresa dei Consulenti finanziari.

Se penso ai temi emersi durante la giornata, favoriti dalle domande dei partecipanti, riscontro che la produzione di contenuti (articoli, video, newsletter, ecc.) è ciò che attira di più i consulenti ma, contemporaneamente, li spaventa e talvolta, addirittura, li respinge.

Trovo che la cosa sia assolutamente normale, specialmente quando per produrre dei contenuti sovente non si sa da dove cominciare.

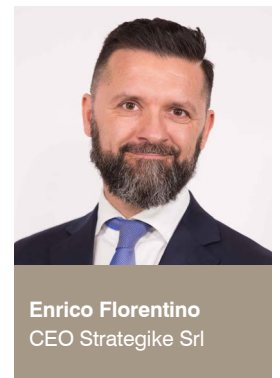
Soprattutto in che modo produrli, come veicolarli all'esterno, come farli arrivare ai clienti ed ai potenziali clienti.

Mi ha colpito una ricerca fatta negli USA dove, proprio in merito alla produzione di contenuti realizzata da consulenti finanziari, veniva esaltata l'importanza di dotarsi di una piattaforma (in questo caso un sito web con un blog) che potesse rappresentare il "quartier generale" dei contenuti, del pensiero del Financial Advisor.

In particolare:

- Tutte le imprese B2C, business to consumer (ed il consulente finanziario è un'impresa B2C!) tramite la piattaforma Blog hanno avuto la capacità di generare mediamente un 88% in più di contatti utili rispetto a chi il blog non lo possiede.
- Le aziende che hanno pubblicato una media superiore ai 50 contenuti ha avuto un incremento del 77% dei contatti utili rispetto a chi ne ha prodotti meno di 50.
- Il 21% dei lettori del blog utilizza la piattaforma informativa per prendere decisioni in merito all'acquisto di particolari servizi.
- Il 17% dei lettori del blog scopre proprio tramite il blog l'esistenza di nuovi servizi.
- Il 14% dei lettori del blog usa i contenuti del blog come una sorta di assicurazione - carta canta, villan dorme - che quanto acquistato è quanto effettivamente promesso.

Le numeriche riportate sopra dovrebbero definitivamente persuaderti a cominciare a mettere in atto una strategia di contenuti.



Enrico Florentino  
CEO Strategike Srl



Ricordo ancora, molti anni fa, quando ebbi l'occasione di incontrare uno dei miei autori preferiti in materia di marketing.

La cosa che mi colpì di più della chiacchierata che facemmo fu una sua frase: "la scrittura ti rende autorevole".

Effettivamente io ero lì, da lui, con 3 dei suoi libri da farmi dedicare.

Ed è proprio quella frase che mi risuona continuamente in testa, specialmente quando anch'io - talvolta - mi trovo a non aver voglia di scrivere, di registrare un commento audio sul canale Telegram o di fare un video.

Scrivere, o più in generale produrre contenuti, ti rende autorevole.

Scrivere, inoltre, ti aiuta a far comprendere la tua expertise in un determinato ambito.

Oggi i consumatori sono costantemente alla ricerca di persone esperte che abbiano capacità di articolare e comunicare bene la loro capacità, ad esempio, di problem solving.

Scrivere ti può aiutare a farti trovare attraverso i motori di ricerca.

Prova a pensare quante volte l'hai fatto tu quando avevi un problema da risolvere e proprio tramite il web sei riuscito a risalire ad una soluzione: ciò vale anche per i tuoi clienti e per i tuoi clienti potenziali!

Fare blogging, produrre contenuti, ti fornisce un vantaggio competitivo enorme rispetto ai tuoi concorrenti che non lo fanno.

Ad una condizione, però: quello di farlo con costanza.

La costanza assume un'importanza fondamentale.

È in grado di farti trovare, di renderti distinguibile rispetto agli altri, di coinvolgere su differenti piani i clienti, permettendo loro di condividere a loro volta i tuoi contenuti con altre persone, aumentando la tua visibilità e credibilità.

Fare marketing di contenuti è probabilmente una delle strategie più intelligenti che può fornire alla tua audience una ragione per cercarti e seguirti.

Ti elenco qui sotto le 8+1 ragioni perché dovresti cominciare a produrre con regolarità dei contenuti:

1. Rafforzi il tuo personal brand ed il tuo posizionamento sul mercato;
2. Contribuisci ad essere riconosciuto come esperto;
3. Aiuti i potenziali clienti a sceglierti;
4. Migliori il tuo posizionamento sui motori di ricerca. Non dimenticare che ormai tutto passa di lì;
5. Aiuti a promuovere i tuoi servizi;
6. Il blog è una parte rilevante della tua strategia di marketing;
7. Fornisci materiale in maniera continuativa al tuo sito web e questo piace ai motori di ricerca;
8. Aiuti te stesso a sintetizzare il tuo pensiero. E questo ti aiuterà moltissimo nel migliorare la tua comunicazione in generale.

Ovviamente, se NON vuoi ottenere risultati, non aprire alcun blog e/o piattaforme.

O, ancora meglio continua a considerarli una perdita di tempo. Ti accorgerai nel medio periodo quanto la crescita del tuo business ne soffrirà.

Ah, dimenticavo la ragione +1.

Produrre i contenuti con regolarità ti disciplina e ti insegna a diventare un achiever.

Achiever = colui il quale è abituato a fare risultati.

E di consulenti finanziari che abbiano ben in mente quali risultati intendono conseguire ve ne sono molto pochi.

E tu, da che parte stai?

**Enrico Fiorentino**, è CEO e partner di Strategike Srl ([www.strategike.com](http://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](http://www.enricoflorentino.it)

Per maggiori informazioni visitate il sito [GAM.com](http://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.