

LE 6 P. PER OTTENERE RISULTATI STRAORDINARI

La capacità di generare risultati è data principalmente dall'aver un metodo e dal seguirlo quotidianamente.

Gli sportivi e gli imprenditori di successo si affidano quotidianamente a metodi e sistemi che consentono loro di poter assecondare un valore fondamentale per raggiungere risultati e successo: il miglioramento continuo.

Le recenti vacanze di natale mi hanno consentito di poter recuperare un po' di letture che, a causa dei vari impegni intercorsi durante l'anno, erano rimaste indietro.

Gli argomenti dei libri che ho avuto modo di leggere sono stati perlopiù incentrati sulle tematiche della motivazione e di come migliorare la proprie performance, sia in ambito personale, sia in ambito professionale.

Ciò che ho potuto ricavare è che c'è un fil rouge, un nesso che lega gli imprenditori e gli sportivi al loro successo: ciascuno di essi ha messo a punto un proprio sistema, un processo, un metodo al quale affidarsi con costanza, per poter migliorare la propria performance.

Riflettendoci, il tema del dotarsi di un metodo è ciò che da 3 anni promuovo attraverso le differenti attività che girano intorno all'ecosistema dell'IMPREDIPROMOTORE, di cui questi articoli sono una parte.

Ma come stare costantemente al top in termini di risultati?

Come fare in modo che i picchi di performance si possano mantenere costanti nel tempo?

Ma, soprattutto, all'interno dei metodi e sistemi adottati dai best performer quali sono gli elementi che più di altri sono in grado di fare la differenza?

Prima di cominciare ad elencarli, va fatta una doverosa premessa.

Senza focalizzazione e attività quotidiana, non è pensabile ottenere risultati al di fuori dell'ordinario.

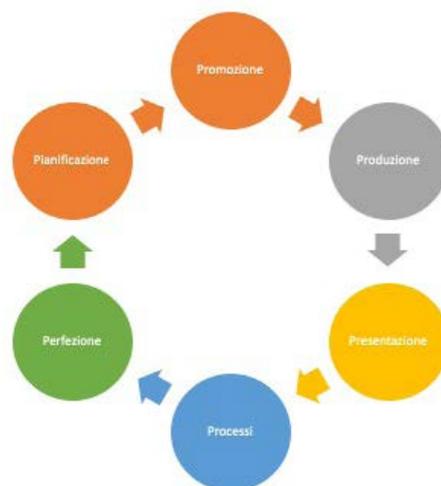
Le attività da portare avanti, inoltre, hanno una caratteristica "circolare": una volta esaurito il ciclo è necessario riavviarlo, e così giornalmente.

Senza mai dimenticare che è necessario prima di tutto partire dal marketing.

Il marketing, oggi, è una disciplina troppo poco praticata dai Consulenti finanziari: viene attuata in maniera incidentale, con attività poco legate le une alle altre, senza una strategia alla base.

Proviamo ad analizzare ciascuna delle componenti del sistema.

Le ho sintetizzate con l'acronimo 6P.



Enrico Florentino
CEO Strategike Srl

Promozione:

Il marketing dovrebbe far parte della quotidianità del Consulente finanziario.

La mia personale definizione di marketing è la seguente:

“aiutare i clienti a conoscerci, a piacergli ed a fidarsi di noi di più”.

Per poter costruire una credibilità ed autorevolezza riconosciute dal mercato, è necessario che le azioni di marketing siano fatte con costanza.

Se per esempio decidessi di cominciare a puntare ad una specifica nicchia di mercato, i tuoi messaggi nel costruire autorevolezza e reputazione verso quel determinato segmento di mercato, dovrebbero essere veicolati quotidianamente attraverso quelle piattaforme social (Facebook, LinkedIn, il tuo blog) che sono anche frequentate dai clienti potenziali che intendi avvicinare.

Produzione:

Nessuna azienda è in grado di sostenersi senza generare ricavi e margini in maniera continuativa.

Il settore della Consulenza finanziaria, se ci pensi, è probabilmente l'unico settore che è in grado di generare ricavi dal primo istante nel quale il cliente affida i propri denari al consulente.

Questo aspetto non è assolutamente da sottovalutare. La capacità dell'impresa del consulente finanziario di poter avere un cashflow continuo consente di poter programmare degli investimenti importanti a sostegno della crescita dell'attività. Questo però presuppone un grande impegno in termini di prospezione. Se non ti offri l'opportunità di sederti tutti i giorni di fronte ad un cliente, difficilmente metterai la tua impresa nella condizione di crescere.

Presentazione:

Ogni giorno devi offrire alla tua impresa di consulenza finanziaria l'opportunità di incontrare nuove persone e di raccontare che cosa puoi fare per loro.

Il fatto che sia necessario del tempo per poter acquisire un cliente presuppone che tutto dipenda molto dalla quantità di clienti potenziali che sarai in grado di incontrare.

Tutto ciò in virtù del miglioramento delle tue capacità relazionali e della quantità maggiore di soluzioni che sarai in grado di mettere a disposizione, dovute alla quantità maggiore di incontri realizzata.

Clienti ai quali racconterai la tua storia professionale, clienti che ascolterai cercando di capire quali problemi e/o preoccupazioni stiano vivendo.

Clienti ai quali proporrai le tue soluzioni.

Fare impresa è veramente un gioco di numeri: più clienti incontrerai, più la tua redemption - la capacità di convertire un cliente da potenziale a effettivo - aumenterà.

That's it!

Processi:

I miglioramenti non avvengono dall'oggi al domani.

Le competenze hanno bisogno di tempo per essere accresciute e migliorate.

Per questo cercare di migliorare quotidianamente i propri processi, le proprie competenze è l'unica strada per poter fare realmente la differenza.

Per fare ciò una buona strategia è quella di darsi un obiettivo quotidiano di migliorare dell'1% i propri processi, le proprie conoscenze.

Se, ad esempio, decidessi di mettere mano al tuo processo di assistenza alla clientela, creando dei modelli di email da utilizzare per il prima ed il dopo appuntamento, quanto tempo saresti in grado di risparmiare? E questo è un piccolo esempio di come si potrebbe efficientare un processo di comunicazione con la propria clientela.

Per un attimo prova ad analizzare i differenti processi che ogni giorno segui per portare a termine dei compiti.

Ti renderai conto che buona parte di essi potranno essere migliorati a tutto vantaggio di ampliare il tempo a tua disposizione, da impiegare in attività a più alto ritorno sull'investimento.

Perfezione:

L'abitudine, specialmente nella sua accezione negativa, è ciò che più di altro non ci fa migliorare, dandoci l'illusione che le cose funzionino.

In realtà l'abitudine ci porta molto spesso a dare per scontate cose, che in realtà andrebbero valorizzate e/o cambiate.

Agire cercando la perfezione vuol dire invece percorrere la strada del miglioramento continuo.

Ecco che mettere mano ad esempio ai testi delle email, ad imparare a comunicare meglio, a revisionare il processo con il quale abbiamo organizzato l'ultimo seminario finanziario ci porta a sviluppare quella giusta mindset, mentalità tipica delle persone di successo.

La ricerca della perfezione ti consente di poter “stressare” i confini della tua area di confort.

Pianificare:

Ogni giorno revisiona la tua pianificazione. Cerca di capire se ciò che hai realizzato è coerente con i tuoi obiettivi mensili ed annuali.

Pianifica attentamente l'impiego del tuo tempo. Cerca di delegare tutte quelle attività che sono troppo costose se svolte da te in prima persona e concentrati invece su quelle attività ad alto ROI.

Una volta eseguiti tutti gli step, ricomincia da capo...

Posso dirti che da almeno tre anni, adotto quotidianamente questo programma di miglioramento continuo.

Ed è lo stesso programma che consiglio di seguire ai miei studenti.

Beh, debbo dire che da quando l'ho adottato, i risultati non hanno tardato ad arrivare.

E tu, che cosa aspetti a fare in modo che il 2019 sia il tuo anno migliore di sempre?

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

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.