

# LA RETE IN TASCA#23

#23

## Le insidie della comfort zone

**Sentirsi al sicuro è, spesso, molto diverso da esserlo: tutti desideriamo rimanere in situazioni in cui ci sentiamo in controllo, ma spesso così facendo rischiamo di perderlo e all'improvviso.**

Il professor Legrenzi, nella [lezione 241](#), scrive: "l'italiano medio confonde il cerchio degli affetti con quello del patrimonio: dato che gli affetti sono spesso vicini a lui, in Italia, anche il patrimonio si colloca vicino a lui o, comunque, all'interno di categorie che lui padroneggia (fallacia di casa nostra o home bias)." È un errore che spesso fa anche il professionista, anche se non con il patrimonio, ma con gli strumenti. Tutti noi confondiamo l'abitudine con la sicurezza e tendiamo a scegliere persone con abitudini simili alle nostre; così facendo, però, se siamo dei consulenti, rischiamo di scegliere clienti "comodi" e non i clienti migliori dal punto di vista del portafoglio.



Come fare per bilanciare l'esigenza di sentirsi a proprio agio con strumenti, linguaggi e abitudini con la necessità di allargare la propria rete e il proprio portafoglio?

Noi partiamo sempre da una mappa dell'esistente, [come ti abbiamo consigliato di fare a inizio settembre](#): se non l'hai ancora fatto provaci, facendo particolare attenzione a tutti gli strumenti e le modalità che usi per trovare nuovi clienti.

Fatto?

Bene, adesso prova a pensare alle alternative che ti vengono offerte dai social media per fare le stesse cose, in modo diverso.

Come sempre non ti stiamo suggerendo di sostituire i tuoi strumenti preferiti con altri nuovi e diversi, ma di aggiungerli.

Una volta che hai ragionato su come ti comporti di solito cerca di guardare questa mappa con uno sguardo diverso, da un'angolazione nuova, e di chiederti da dove potresti iniziare per fare un piccolissimo cambiamento, uno che non ti mette a disagio.

Magari potresti scrivere un messaggio su Whatsapp invece di fare una telefonata, magari invitare un cliente a colazione in un bel bar invece che nel suo ufficio, oppure, se siete in una situazione che lo consente, proporre di fare una passeggiata. Prova a valutare come ti senti rispetto a ciascuna di queste possibilità: se ti sembrano deliranti, valuta quelle che possono esserlo meno. Il cambiamento non dovrebbe essere una decisione netta e radicale, ma una serie di piccoli passi che tutti insieme ridisegnano completamente il tuo modo di comportarti.

I social media, per ancora molti consulenti, sono un cambiamento troppo radicale per essere affrontato in una volta sola, ma solo perché li si considera come un blocco unico, da prendere o lasciare, da accettare o da rifiutare.

E se tu, in pubblico, leggessi solo, usando i messaggi privati per comunicare? Gran parte delle relazioni sui social media sono private e in privato, anche se magari a volte è un gruppo privato e no, non tutti i gruppi sono come quelli della scuola dei tuoi figli (o quelli di cui senti parlare con toni angosciati dai tuoi amici che hanno figli).

Contrariamente a quello che pensi il mondo del digitale non ha regole chiare e definite, a cui adeguarsi stringendo i denti: puoi costruirlo a tua immagine e somiglianza, comportandoti esattamente come faresti di persona, ma con in più il dono dell'ubiquità e la possibilità di sostenere una conversazione in tempi diversi, quando il tuo interlocutore è disponibile.

Non investire nella tua rete solo vicino a te, non fare l'errore di molti tuoi clienti: guarda fuori dalla tua comfort zone, potresti scoprire che basta fare un passo diverso per cambiare tutto quello che non ti piace.



#### **Mafe De Baggis**

Media Strategist e Community Builder. Esperta di editoria, comunicazione transmediale e di formazione, sempre in ambito comunicativo. Ha lavorato come community manager per importanti brand tra cui Condé Nast e Mondadori.

[www.gam.com](http://www.gam.com) seguitemi 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.