PERCHÈ LA SCRITTURA TI RENDE AUTOREVOLE

La scrittura rende autorevoli. C'è poco da fare. Scrivere è un percorso di crescita personale che ti consente di disciplinarti, di aumentare le tue competenze, di misurarti. Insomma, un percorso di trasformazione. Esattamente quello che ti serve per poter cominciare ad interpretare in modo nuovo la professione. Ad una condizione: che quanto scrivi sia realmente farina del tuo sacco…

Enrico Florentino
CEO Strategike Srl

Ero particolarmente emozionato quel giorno. Arrivo con la mia auto - una station wagon - all'indirizzo che la segretaria mi aveva indicato.

La palazzina era abbastanza anonima. Una di quelle palazzine costruite negli anni Ottanta. Sicuramente al tempo - appena edificata - faceva la sua bella figura tra gli edifici di quel quartiere popolare di Padova.

Suono "int. 4" al citofono. Una voce metallica chiede:" Chi è?"

Rispondo emozionato: "Florentino, ho appuntamento alle 16.00 con il dottor…"

Non faccio in tempo a terminare la frase che il rumore dello scrocco della porta irrompe nella conversazione.

"Quarto piano, uscito dall'ascensore vada a destra, l'ultima porta è la nostra"

I pochi secondi del tragitto dal piano terra al quarto piano sembrano non finire.

Ho tutti i suoi quattro libri sottobraccio: ricordo di averli comprati l'anno prima alla Feltrinelli.

Libri con contenuti robusti, come piacciono a me.

Quattro saggi sul marketing dedicati alle piccole imprese.

Seguo le istruzioni ed arrivo di fronte all'interno 4. La porta è già aperta e ad accogliermi c'è lei, la figlia dell'autore. Mi invita ad accomodarmi.

"Mio padre sarà da lei tra pochi minuti".

Mi siedo e, come d'abitudine, comincio a guardarmi intorno, cercando di cogliere i particolari dell'ambiente.

Alle pareti grandi poster di vecchie campagne pubblicitarie ideate dall'agenzia.

Di fronte una libreria con parecchi libri, tra i quali scorgo l'immancabile Kotler, i differenti volumi di Seth Godin ed altri libri di marketing.

Mi sembra di essere a casa mia: molti dei volumi sono presenti anche tra i miei scaffali.

"Caro Florentino eccomi: piacere!"

È lui. Mi alzo, gli vado incontro con emozione, gli stringo la mano.

Mi fa accomodare e cominciamo subito a conversare. Sembra contento della mia visita. Mi dice che non gli capita spesso di incontrare i suoi lettori e ancor di più dei lettori che hanno acquistato contemporaneamente tutti i suoi libri.

Glieli porgo chiedendogli una dedica su ciascuno di essi.

Gli chiedo cosa l'ha spinto a cominciare a pubblicare.

E lui mi risponde secco: "La scrittura rende autorevoli. A maggior ragione se poi cominci ad avere un pubblico che ti legge e che interagisce con te"

GAM Investments

Già, la scrittura rende autorevole. Da sempre porto con me il ricordo di quell'incontro con uno dei miei autori preferiti in ambito marketing.

Ed è da quell'incontro che avrei deciso, un giorno, di scrivere un libro.

Cosa che ho potuto realizzare qualche anno dopo, quando dovevo cominciare ad avviare la mia impresa di consulenza e formazione.

Non avevo alle spalle quella credibilità professionale richiesta dalle reti per poter diventare un loro fornitore ed il libro mi avrebbe potuto dare una forte mano nel cercare di migliorare il mio posizionamento, la percezione di me.

Il mio libro, l'IMPRENDIPROMOTORE, ha avuto la capacità di aprire molte porte e mi ha consentito di poter raggiungere in poco tempo traguardi inaspettati.

Ancora oggi, avere tra le mani il mio libro, pubblicato da una casa editrice importante, è motivo di grande orgoglio e di emozioni.

Emozioni legate alla fatica di scriverlo, alla trepidazione nel vederlo sugli scaffali pronto per il giudizio dei lettori, a tutto ciò che è accaduto dopo la sua uscita.

Ma c'è una cosa che più di altre mi piace ricordare: il rapporto con i miei lettori. Fantastico!

Non voglio però trascurare il fatto che il libro testimoni le mie competenze in tema di marketing ed imprenditorialità.

È proprio così: la scrittura rende autorevole.

Molti consulenti finanziari mi chiedono da dove cominciare per poter scrivere dei contenuti che possano essere interessanti.

Ecco i miei cinque personalissimi consigli per poter cominciare a scrivere settimanalmente un articolo da inviare alla propria clientela.

Perché un articolo e non subito un libro? Perché scrivere un libro è complesso e richiede molta preparazione.

La preparazione - che intendo come lo sviluppo delle proprie competenze - è un processo lento che richiede tempo.

Per questo credo molto nello sviluppo delle competenze fatto in maniera graduale, senza scorciatoie.

Per essere autorevoli è necessario innanzitutto diventare degli autori.

L'etimologia della parola autore deriva dal latino auctor-oris, derivazione di augere "accrescere, chi fa crescere"

Scrivere è un atto tecnico, alla stregua del suonare uno strumento musicale: all'inizio farai sicuramente fatica, ma applicandoti con costanza, riuscirai ad ottenere in poco tempo grandi risultati.

Ecco i miei cinque consigli:

1. Scrivi per chi ti legge, per il lettore.

Prova a pensarci.

Ogni volta che ti approcci ad un testo scritto, inconsciamente pensi: **"Che utilità ha per me leggere questo articolo, questo libro?"**

Nel cominciare a scrivere devi sempre chiederti per chi stai scrivendo ed il motivo per cui lo stai facendo.

Una delle cose che faccio di solito, prima di scrivere, è crearmi un avatar, un profilo del mio lettore tipo - in questo caso il consulente finanziario - cercando di rappresentarmi immediatamente le caratteristiche, il linguaggio, i gain e pain che contraddistinguono il suo agire quotidiano.

Se riuscirai a fare questo, tutto diventerà meno difficile.

Altra cosa importante è chiedermi sempre che cosa mi aspetto che il lettore faccia dopo aver letto il mio articolo. Ciò determina in maniera chiara la finalità del testo che andrò a comporre.

2. Comincia raccontando una storia.

Anche questo articolo è cominciato con una storia. Il mio incontro con uno dei miei autori preferiti in ambito marketing.

Cresciamo grazie alle storie. Le storie appassionano e ci portano immediatamente ad immergerci nel testo.

3. Sii divulgativo, semplice e possibilmente asciutto. Come Alberto Angela ed Ernest Hemingway.

È famosa una lunga lettera che Winston Churchill indirizzò alla moglie dove per finale scrisse: "Mi dispiace di avervi scritto una lettera così lunga. Non ho avuto il tempo di abbreviarla".

Cerca di "asciugare" i periodi troppo lunghi.

Abbrevia usando parole brevi e frasi concise. Oggi la soglia di attenzione delle persone si è notevolmente abbassata e con essa la loro capacità di memorizzare.

Ridurre il "carico cognitivo" delle persone, vuol dire agevolarle nella comprensione del testo.

Quando comunichi, la responsabilità della comprensione di ciò che dici è la tua, non di chi riceve il messaggio.

Per questo devi essere semplice, divulgativo. La finanza è materia complessa. Più riuscirai a renderla semplice, più i tuoi lettori apprezzeranno.

4. Usa il tuo stile, è l'unico modo per distinguerti.

Il tuo modo di porti deve trasparire anche nel tuo modo di scrivere.

Per questo è fondamentale che sia tu a scrivere gli articoli e non qualcun altro per te.

La scorciatoia di farsi scrivere da altri le cose, ti metterà abbastanza presto di fronte a problemi reputazionali.

Immagina per un attimo che la tua fonte di "ispirazione" sia la stessa di altri tuoi colleghi. Che figura faresti nel consegnare ad un cliente lo stesso libro di un altro collega?

Oppure che differenza c'è tra te ed un altro collega se alla fine l'argomento che tratti è il medesimo?

Sì, certo, qualcuno potrà dirti che anche se l'argomento è lo stesso, cambia il pubblico. Peccato che oggi c'è il rischio che tutti trattino gli stessi due/tre argomenti…

Ma rimane sempre sullo sfondo una cosa: che stai preferendo comunque una scorciatoia alla sana fatica di prepararsi.

Prepararsi vuol dire studiare, scrivere, studiare e ancora scrivere.

Solamente così potrai cominciare realmente a distinguerti.

5. Essere preparato per sostenere ciò che scrivi.

Scrivere costa fatica e ti pone di fronte ad una grande responsabilità: l'essere preparato.

La preparazione prima di poter scrivere qualsiasi cosa ti aiuterà, settimana dopo settimana, articolo dopo articolo, ad acquisire quella autorevolezza che ti consentirà di distinguerti realmente rispetto agli altri.

La preparazione ti permetterà anche di spiegare al tuo lettore il perché è importante, urgente o strategico seguire i tuoi consigli.

Ah, dimenticavo…

Se cominci a scrivere un articolo ogni settimana, tra 52 settimane, senza neanche accorgertene, avrai scritto il tuo primo libro.

Un libro interamente realizzato da te, con "farina del tuo sacco" al 100%.

E che testimonierà la tua competenza, la tua autorevolezza!

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**

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.

Copyright © 2019 GAM (Italia) SGR S.p.A. - tutti i diritti riservati