

SCRIVERE UN LIBRO TI AIUTA DAVVERO NELLO SVILUPPO DEL TUO BUSINESS?



Una delle più celebri locuzioni latine recita: "Verba volant, scripta manent".

Letteralmente: "**Le parole volano, gli scritti restano**".

Tale espressione è stata coniata in un periodo storico in cui l'alfabetizzazione era prerogativa di pochi, e le informazioni, le tradizioni e i concetti erano divulgati prettamente in forma orale.

I testi scritti, dunque, erano appannaggio di una piccola schiera. Una sorta di élite intellettuale.

Torniamo ai giorni nostri: in un'epoca volatile come quella contemporanea, in cui le comunicazioni sono ormai prevalentemente virtuali, mettere "**nero su bianco**" qualcosa ha quasi il sapore dell'immortalità.

Non è certo un caso se ancora oggi, dopo secoli, si apprezzano la prosa e la poesia di autori vissuti in epoche così lontane dalla nostra.

La scrittura è una testimonianza. La prova incontrovertibile del nostro passaggio nel mondo.

Ma è anche uno strumento che ci permette di raggiungere quante più persone possibili nello spazio e nel tempo, per diffondere concetti, informazioni, racconti, genericamente "sapere".

E se pensi che sia un'esclusiva di poeti o scrittori, permettimi di smentirti: anche **un professionista dovrebbe ricorrere regolarmente a questo strumento** per far sì che le sue idee possano avere una diffusione sempre più ampia.

Dunque, in questo nuovo articolo voglio partire proprio dalla seguente domanda:

Scrivere un libro può aiutarti nello sviluppo del tuo business?

Scopriamolo insieme!

Il libro come garanzia di autorevolezza

La scrittura di un libro, oggi, è un tema molto ricorrente nelle "agende" dei professionisti, ed è pensata soprattutto come **strumento di promozione**.

Tuttavia, ogni volta che un consulente finanziario immagina di scrivere un libro è tormentato dalle stesse domande:

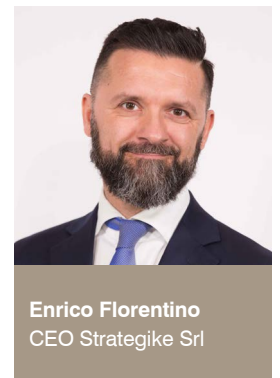
- Ce la farò?
- Quale sforzo richiederà?
- Sarà davvero utile?

Ebbene, posso confermare senza tema di smentita che sì, **ti sarà estremamente utile**.

Perché?

Per un motivo veramente importante: **la scrittura conferisce autorevolezza**.

Qualche tempo fa, un professionista e autore di saggi sul marketing mi ha raccontato di come la sua attività di scrittura abbia avuto un grandissimo impatto sulla sua vita professionale.



Enrico Florentino
CEO Strategike Srl

Ha pubblicato ben sei libri e in questo lungo viaggio, dal primo all'ultimo volume, si è reso conto di dettaglio fondamentale: la possibilità di presentare e proporre un **oggetto fisico** (un libro di 180 – 200 pagine) ai suoi clienti attuali o potenziali non solo aumentava ogni volta la percezione della sua autorevolezza, ma faceva molto di più.

Ogni suo libro, infatti, si configurava come una straordinaria **lettera di vendita**.

Se ci pensi, in effetti, un saggio non è altro che una sales letter lunghissima. E ti permette non solo di veicolare professionalità, ma anche di essere percepito come un consulente finanziario autorevole.

Pertanto, la prossima domanda è d'obbligo:

Come si scrive un libro e da cosa bisogna cominciare?

La scrittura di un libro e i suoi vantaggi

Innanzitutto, prima di scrivere un libro, devi avere **qualcosa da dire**. Sono certo che tu abbia tantissimi contenuti di valore da condividere.

L'operazione successiva prevede un **brainstorming**.

Dovrai individuare tutto ciò di cui parli, abitualmente e quotidianamente, durante le conversazioni con i tuoi clienti, per esempio:

- Com'è più opportuno investire;
- Come e quando cominciare a risparmiare;
- Perché è importante farlo.

E così via.

Sicuramente avrai in mente mille altre idee.

Da questa lista di argomenti è possibile ricavare un vero e proprio **indice** che ti guiderà, **step by step**, nella scrittura: dal primo paragrafo, alla prima pagina, al primo capitolo, fino alla stesura completa del libro e alla sua conseguente pubblicazione.

I vantaggi della scrittura di un libro sono innumerevoli:

• Ti pone di fronte a una sfida

Scrivere un libro è una bellissima occasione per avere un appuntamento – possibilmente quotidiano – con te stesso, e ti permette non solo di migliorare le tue capacità di scrittura, ma anche di veder crescere il tuo manoscritto da zero, pagina dopo pagina. Una soddisfazione incredibile!

• Ti rende autorevole agli occhi dei tuoi potenziali clienti prima ancora che li incontri di persona

Oltre a essere fonte di grande emozione e realizzazione personale, un libro scritto da te “ti precederà” quando incontrerai dei potenziali clienti – che magari hanno già letto o visto in giro il tuo volume – e contribuirà a rafforzare la tua immagine durante un evento dal vivo – al termine del quale potrai consegnare il libro in questione in forma fisica.

La loro percezione nei tuoi confronti cambierà drasticamente: avrai guadagnato una nuova **autorevolezza**, che diventerà un fattore centrale per lo sviluppo della vostra relazione professionale.

• Ti permette di farti conoscere

Un libro, inoltre, è anche un **ottimo strumento pubblicitario**. I libri, infatti, conoscono il “passaparola”: vengono consigliati, ceduti, prestati a parenti e amici. Se i tuoi lettori percepiranno il tuo libro come utile per la risoluzione di un determinato problema, o come un punto di vista inedito su un dato argomento, puoi stare sicuro che presto si diffonderà a macchia d'olio. E così ti farai conoscere da tantissime persone!

Va da sé che, oltre al libro, si possono e devono sviluppare altre “occasioni” di scrittura. Proprio come consiglio durante le mie giornate di formazione, infatti, è importante anche curare un **blog** in cui raccogliere i tuoi contenuti.

Così come è fondamentale esercitarsi nella redazione delle **newsletter** da inviare ai propri clienti.

È proprio grazie a esse e agli articoli sul tuo blog, infatti, se alla fine dell'anno ti ritroverai “magicamente” con un'infinita serie di contenuti a disposizione, pronti a trasformarsi nelle pagine del tuo nuovo libro...

Come creare contenuti scritti se non hai tempo?

Se, tuttavia, non sei ancora pronto a compiere questo sforzo creativo, per ragioni di tempo o energie mentali, esiste un'altra strada percorribile: **il ricorso a un ghost writer**.

Di cosa si tratta?

Il **ghost writer** (letteralmente: “scrittore fantasma”) è un professionista della scrittura, che si occupa della realizzazione di libri per conto di terzi. Un po' come gli **spin doctors**, che si occupano della stesura dei discorsi dei politici per cui lavorano.

L'operazione è molto semplice: basta affidarsi a questa figura professionale, fornirle tutti gli strumenti e i contenuti che vuoi veicolare e, alla fine, avrai un testo che è la riproduzione fedele delle tue idee su carta.

Insomma: non importa che a scrivere fisicamente un libro sia tu o qualcuno che lo fa per te.

Ciò che conta è trasmettere idee e contenuti ai tuoi clienti.

Se puoi, però, “sforzati” di prendere “carta e penna” e comincia a scrivere. È un’operazione **altamente valoriale**:

- Conferisce valore a te;
- Conferisce valore al tuo tempo;
- Conferisce valore anche ai tuoi lettori.

Porsi fin da subito l’obiettivo di regalare, fra qualche tempo, il tuo libro ai tuoi clienti (potenziali e non) è importantissimo.

Chi ha già intrapreso questa strada sa quante e quali soddisfazioni possa dare.

E soprattutto: **i risultati, in termini di acquisizione di clientela, saranno veramente notevoli.** Possono confermarlo in molti.

Perché, come ho già detto, l’autorevolezza che restituisce la scrittura di un libro è ENORME.

Dunque...

Che aspetti a mettere in cantiere il tuo libro?

Se vuoi approfondire ulteriormente questo concetto (e tantissimi altri!), ti invito a iscriverti al **mio canale Telegram**.

È lì che lascio confluire buona parte dei miei ragionamenti e delle mie idee in materia di consulenza finanziaria!

Che stai aspettando?

Raggiungimi qui!

⇒ <https://t.me/impredipromotore>

A presto,

Enrico Fiorentino

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.