

È POSSIBILE SVOLGERE L'ATTIVITÀ DI CONSULENZA FINANZIARIA ESCLUSIVAMENTE ONLINE? PERCHÉ NO!



L'arrivo del **COVID-19** ha portato con sé una lunga fase di lockdown.

Come ben sai, non solo la vita dei consulenti finanziari, ma anche quella di molti altri professionisti è cambiata completamente.

Infatti, dall'andare a casa di ogni cliente, siamo passati a doverli contattare tramite varie piattaforme di conference call.

Anche se, all'inizio, a tutti noi sembrava uno scenario apocalittico, abbiamo saputo reagire, modificando i nostri **processi di lavoro**.

E ora?

Cambieranno di molto le dinamiche relazionali?

A mio modo di vedere, assumeranno tutta un'altra forma.

Ma, allora, sarà possibile svolgere l'attività di consulenza finanziaria **esclusivamente online**?

Continua a leggere e scoprirai le conclusioni a cui sono giunto.

L'accelerazione causata dal COVID-19

Oltre ad averci calati in una **realtà surreale**, il COVID-19 ha portato una ventata di aria fresca nel mondo della consulenza finanziaria.

Infatti, sebbene il nostro settore sia molto avanzato dal punto di vista tecnologico, in termini di **mindset** (cioè di "mentalità") tutti noi siamo ancora molto legati ai vecchi schemi.

Eppure è da tempo che invito a far pace con la tecnologia, in modo da iniziare a considerarla come un tuo **vantaggio competitivo** e non come una **nemica**.

Dico ciò perché è agli occhi di tutti il fatto che l'utilizzo del mezzo tecnologico abbia accorciato le distanze tra clienti e consulenti, accelerando di gran lunga diverse attività.

I vantaggi di lavorare online

Tale cambiamento ha portato non pochi **vantaggi** al nostro settore.

Come già accennato prima, infatti, **il fattore tempo** è stato fortemente influenzato dal lockdown: si fanno call non più lunghe di un'ora e non si devono più fare viaggi lunghissimi in giro per l'Italia per raggiungere i clienti...

Inoltre, sono aumentati moltissimo **l'ascolto** e il **rispetto** reciproci all'interno delle video-conferenze, in cui, se si volesse parlare l'uno sopra l'altro, non si capirebbe assolutamente nulla.

Per questi motivi, diventa sempre più necessario essere molto **concisi**: di conseguenza, è quasi scontato, ormai, implementare un importante **processo preparativo**, nei confronti del cliente, prima di iniziare qualsiasi tipo di chiamata.

Infine, il maggior vantaggio dato dal lavorare online è rappresentato dalla possibilità di raggiungere i clienti nel **momento più consono** per loro.



Enrico Florentino
CEO Strategike Srl

Il processo di onboarding

Come avrai compreso, i vantaggi di lavorare online sono molteplici.

Perciò, mi sento di rispondere affermativamente alla domanda che mi sono posto all'inizio, ovvero:

Sarà possibile svolgere l'attività di consulenza finanziaria esclusivamente online?

Come diventa normale rispondere affermativamente anche al seguente quesito:

Sarà possibile acquisire clienti solamente online?

Se è vero tutto ciò, è anche vero che, spostandoti online, non puoi più dare niente per scontato: devi sviluppare un attento **processo di onboarding**.

Cinque, a mio modo di vedere, sono i **punti** su cui ti devi focalizzare per rendere perfetto tale processo.

1. Conoscere il pain

Ognuno di noi si rivolge a un professionista perché **ha un problema** e si muove solamente se **non è stato in grado di risolverlo**.

In tal senso, è fondamentale che tu faccia di tutto per **posizionarti** nel migliore dei modi sul web, visto che le persone cercano online la maggior parte delle soluzioni ai propri problemi.

Inoltre, devi concentrarti su una **nicchia specifica**, al fine di attivare il **referral marketing** comprendendo quali siano i maggiori problemi di tale target.

2. Fare una buona prima impressione

Oscar Wilde diceva:

Non c'è mai una seconda occasione per fare una buona prima impressione.

In sostanza, devi presentarti nella maniera adeguata, dimostrando che sei **l'esperto** del settore e **il leader di pensiero** di una determinata nicchia di mercato.

3. Qualificare il cliente

Comprendi **perché il cliente sia venuto da te e che cosa desideri veramente**, chiedendoglielo nella maniera più semplice e diretta possibile.

Quanto più il cliente si aprirà, tanto più le tue **argomentazioni** nel dargli risposta **saranno efficaci**.

4. Dimostrare valore

Riporta a ogni tuo nuovo cliente i **casi** da te **risolti** e le **testimonianze** delle persone che, prima di lui, si sono trovate bene con te.

Solo così potrai far comprendere che sei perfettamente in grado di risolvere i loro problemi, dato che lo hai già fatto in molte altre circostanze.

5. Continuare a mantenere il contatto con il cliente

Devi ascoltare ogni persona **in maniera attiva**.

Di conseguenza, quando stai svolgendo un colloquio online, devi frenare ogni tipo di pensiero, in modo tale da essere completamente concentrato sul tuo interlocutore.

Solo così potrai avere la **beginner's mind**, ovvero quella mentalità che ti spinge a voler sapere sempre più informazioni riguardanti il cliente in questione.

Sono giunto al termine anche di questo articolo.

Spero che quanto detto fin qui ti abbia dato degli spunti di riflessione su cui basare le tue nuove strategie comunicative, ma, allo stesso tempo, voglio che tu sappia che non basta leggere i miei contenuti per migliorare la tua impresa: devi passare dalle parole ai fatti.

Come?

Iscrivendoti alla lista d'attesa per entrare nella **Imprendi(promo)tore Academy**, la prima **Academy** italiana dedicata esclusivamente allo sviluppo dell'imprenditorialità dei consulenti finanziari.

Non sai come fare?

Accedi al seguente link:

www.imprendipromotore.it/academy

E inserisci, seguendo le istruzioni, tutte le tue credenziali nell'apposito form.

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 finanziaria 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

#Consulenza Finanziaria

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.