

# IL MARKETING AI TEMPI DEL COVID19



Un nuovo **mostro** sta creando tensione nel nostro Paese, e non solo: non può essere visto a occhio nudo né distrutto con armi tradizionali.

Di cosa sto parlando?

Del **COVID-19**, comunemente noto come **Coronavirus**.

Come dice il nome stesso, è un virus che, in pochissimo tempo, ha creato non poco scompiglio all'interno di più Paesi.

Infatti, immagino che ti sia accorto come, nel Nord-Italia, la paura del contagio abbia dato veramente **un grande freno all'economia**: è uno scenario **apocalittico**.

Ma siamo sicuri che tutto ciò sia solamente un male?

O forse esiste uno spiraglio per lo sviluppo di **nuove tendenze e slanci**?

Beh, io sono più propenso per la seconda versione dei fatti, e ti spiego perché...

## Riflessioni da Coronavirus

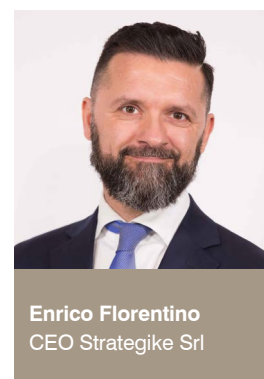
Questi giorni di quarantena forzata (necessaria a evitare ogni tipo di contagio) mi hanno portato a sviluppare alcune importanti **riflessioni**.

Prima di tutto, ho realizzato che ognuno di noi ha veramente **un bisogno estremo delle persone** che lo circondano: infatti, anche se dedichiamo veramente moltissimo tempo a portare avanti i nostri progetti e a realizzare i nostri sogni, credo che questo momento drammatico ci abbia reso improvvisamente consapevoli del fatto che, senza gli altri esseri umani che ci circondano, tutto perda di significato.

Inoltre, ho notato che sono nate molte nuove iniziative di **instant marketing**.

Alcune sono veramente becere, visto che cavalcano la **paura** causata dalla **possibilità di contagio** e sono finalizzate alla vendita vantaggiosa solo per l'azienda.

Altre, invece, sono nate in maniera del tutto opposta, dato che hanno tentato di fare in modo che il Coronavirus potesse offrire **l'opportunità di donare competenze, servizi e prodotti** agli altri, proprio per alleviare questo momento di solitudine.



Enrico Florentino  
CEO Strategike Srl

### Il dono e il gratitude marketing, il marketing della gratitudine.

Come spero tu abbia notato, nell'ultima frase ho usato il termine **"donare"**.

Infatti, in questo periodo, sono molti gli esempi di instant marketing **basato sul dono** che hanno funzionato.

Per questo motivo ti ho detto che il COVID-19 non è venuto solo per nuocere: infatti, ha anche dato a molti la possibilità di sviluppare la **promozione basata sul dono**.

Ma credo che tale aspetto non ti stupisca: è da molto tempo, ormai, che professo la **teoria del dono** e del **gratitude marketing**.

È una pratica che può solo giovare allo sviluppo e alla crescita della tua azienda: infatti, come dicono le neuroscienze, donare mette in circolo tutte le sostanze biochimiche che fanno sentire meglio chiunque le produca.

### Tre elementi da donare per generare valore

A questo punto, credo che tu ti stia chiedendo:

**"Sì, mi è tutto chiaro. Ma che cosa posso donare io, in quanto consulente finanziario?"**

Beh, per tale motivo, ho individuato **tre elementi** che, se donati, potranno generare **valore** per te e per i tuoi clienti.

#### 1.1.1 Il tempo

Il tempo è una **risorsa molto scarsa**: perciò, ritengo che vada donato attraverso le attività che sono in grado di avere realmente **un impatto nella vita** dei clienti.

A cosa mi riferisco?

Naturalmente, sto parlando principalmente dello **stare** il maggior tempo possibile **in compagnia dei tuoi clienti**.

Per farlo, però, devi smettere di svolgere tutte le **attività a basso ritorno sull'investimento** (es.: burocrazia).

Infatti, forse non te ne rendi conto, ma il fatto che tu passi il tuo tempo a riempire moduli, o a fare attività che ti piacciono ma che, in fondo, non ti fanno stare vicino ai clienti, fanno spendere moltissimo alla tua impresa nel remunerarti.

Ti ricordo che hai un costo orario molto elevato. Chiediti sempre questo: se dovessi affidare le attività che sto facendo in questo momento ad un mio collaboratore, sarei disposto a pagarlo esattamente quanto vengo remunerato io dalla mia impresa di consulenza finanziaria?

È molto probabile che la risposta da parte tua, in quanto amministratore unico della tua società, sarebbe: **"NO!"**.

Ecco che, a questo punto, dovresti delegare ad un'assistente o ad una figura junior, ciò che stai facendo.

Otterresti contemporaneamente due risultati:

1. Avresti più tempo per poter stare con i clienti. Ed il tempo passato con i clienti è ad alto ROI (Return on investment).
2. Porteresti avanti la tua impresa con standard molto elevati. E questo grazie al fatto che ti sei affidato ad altri per svolgere compiti a basso ROI.

Perciò:

**Evita di riempire moduli e inizia a parlare coi tuoi clienti!**

#### 1.1.2 L'energia

**Donare energia** significa, nella pratica, essere impegnato in **attività filantropiche, nell'associazionismo...**

Certo, in questo momento tutto è molto complicato.

Ma sono molte le cose che comunque, grazie alla tecnologia, possono essere fatte.

Dona la tua energia e non ti preoccupare: sarai ricambiato.

Non esiste un imprenditore di successo che non sia impegnato attivamente nello sviluppo di attività filantropiche... Un motivo ci sarà!

#### 1.1.3 L'integrità

Trattando una materia come quella del denaro, credo che **l'integrità** debba essere moltiplicata per dieci dal consulente finanziario.

Credo che il primo passo per sviluppare tale aspetto sia dire sempre la **verità**, anche nelle situazioni in cui definire le cose per come stanno potrebbe rendere impegnativa la conversazione col tuo cliente.

Non importa se metterai a **rischio** la relazione: spiegare ogni dettaglio, ogni beneficio e ogni rischio che la persona va correndo sono doveri e doni importantissimi da offrire.

### Come diceva Winston Churchill...

#### A grande responsabilità corrisponde grande fama.

E, quindi, la **grandezza** in generale.

Proprio per questo, credo che sia veramente importante iniziare a concepire la propria professione alla luce del **filtro del dono**, l'elemento che più di tutti sarà in grado di farti fare degli enormi balzi in avanti nel tuo campo lavorativo.

Sono giunto al termine anche di questo articolo.

Se vuoi rimanere sempre aggiornato sui miei contenuti e sui consigli che quotidianamente do alle persone che mi seguono, ti consiglio di accedere a **Telegram** e di iscriverti al canale de **L'Imprendi(promo)tore**, dove, ogni mattina a partire dalle 7:00, potrai ascoltare un mio commento audio circa un argomento sempre nuovo legato al mondo della consulenza finanziaria.

Non sai come fare?

Vai su:

[www.telegramimpredipromotore.it](http://www.telegramimpredipromotore.it)

E clicca su **UNISCITI AL CANALE** (o **JOIN CHANNEL**, nel caso tu avessi la versione in inglese).

A presto!

Enrico Fiorentino

**Enrico Fiorentino**, è CEO e partner di Strategike Srl ([www.strategike.com](http://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](http://www.enricoflorentino.it)

#GratitudeMarketing

Per maggiori informazioni visitate il sito [GAM.com](http://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.