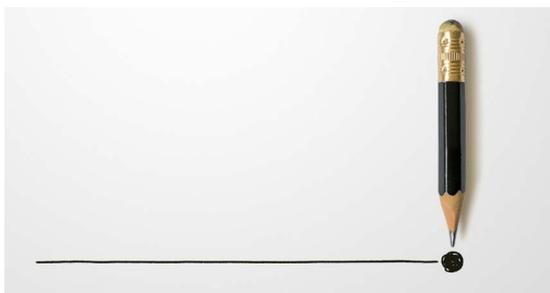


IL POTERE DI AVERE UNO SCOPO



“Mettere un computer su ogni scrivania”.

Se tu fossi un lettore degli anni '80, leggendo una frase del genere rideresti come un pazzo e penseresti: “Questo **Bill Gates** è un visionario con nessuna coscienza pratica”.

Solo che tu sei un lettore degli anni 2000, quindi sai perfettamente che Bill Gates ha raggiunto esattamente il suo scopo.

Sbaglio o stai leggendo questo articolo proprio dal tuo **PC**?

Bene o male, tutti, oggi, possono permettersi un computer.

Voglio svelarti un segreto: Bill Gates è riuscito a creare una delle più importanti aziende tecnologiche del mondo solamente perché si è **prefissato un obiettivo e ha fatto di tutto per riuscire a raggiungerlo**.

E tu? Hai uno scopo cardine?

Beh, se così non fosse, è tempo di definire quale sia, perché condiziona tutta la tua carriera. Non ci credi?

Avere uno scopo è fondamentale

Come avrai capito, **avere uno scopo** all'interno del tuo business è veramente fondamentale: tutte le aziende di maggior successo ne hanno uno.

Di conseguenza, tenendo particolarmente allo sviluppo **dell'imprenditorialità** nei consulenti finanziari, credo fortemente che tu debba iniziare a ragionare non come un libero professionista, bensì come il CEO di una micro-impresa di consulenza.

In tal senso, è tempo che tu decida un obiettivo da perseguire.

Due sono i principali vantaggi che puoi trarre da ciò:

1. Capacità di affrontare le difficoltà;

Lo scopo è fondamentale perché, quando incontrerai un ostacolo, avere delineato un purpose ti consentirà di affrontare al meglio le difficoltà.

2. Abilità nel “tenere la barra dritta”.

Avere uno scopo ti permetterà di essere focalizzato solo ed esclusivamente su di esso: l'opportunità lascerà il posto alla strategia. Avrai sempre più chiare le operazioni da compiere all'interno della tua impresa per riuscire a realizzare il tuo progetto di business, iniziando a pianificare e ad essere più coerente.



Enrico Florentino
CEO Strategike Srl

Il metodo delle sei P

Detto ciò, non basta avere uno scopo preciso per ottenere il successo sperato.

Per questo motivo, ho deciso di fornirti una strategia pratica per riuscire a indirizzare ogni tua attività verso la realizzazione del tuo progetto d'impresa: sto parlando del **Metodo delle Sei P**.

In sostanza, esso si sviluppa in **sei passaggi ordinati** che ti permetteranno di creare un processo circolare indirizzato al raggiungimento del tuo obiettivo.

1. Promuovere

Con **Promuovere** intendo, ovviamente, **Svolgere attività di marketing**.

C'è un marketer di altissimo livello che ha detto:

Bisogna essere più bravi a dire ciò che si fa, che a fare quello che si fa.

Infatti, assunto che la qualità che tu eroghi sia di alto livello, è la tua capacità di comunicare e di fare dell'ottimo marketing che vale più di tutto.

Ormai, tutti i consulenti offrono gli stessi prodotti ai propri clienti: per diventare top of mind devi riuscire a comunicare correttamente le **peculiarità** del tuo servizio.

In sostanza, devi attuare un marketing di livello, al fine di diventare il leader di pensiero del tuo specifico segmento di mercato: non ti basta innovare!

2. Produrre

Non puoi mai smettere di controllare il **conto economico**.

Sapresti dire, con esattezza, come chiuderai l'anno in termini di ricavi?

Sapresti dirmi come hai chiuso l'anno scorso?

Che margine hai avuto?

Sono le domande che ti devi porre in questo momento in cui la **MiFID 2** sta richiedendo sempre più **trasparenza**.

La trasparenza porta all'inevitabile compressione dei margini.

Grazie alla specializzazione ed alla tua proposta di valore, sarai in grado di difendere molto meglio i tuoi ricavi.

Nessun cliente batte ciglio quando si tratta di pagare una parcella ad uno specialista medico rinomato!

Sarà così anche per te! Credimi!

3. Presentare

Ingegnati per avere, ogni giorno, una **conversazione** con una **persona nuova**.

Con ciò, non voglio dire che tu debba andare a tirarle la giacchetta... Infatti, la mia definizione di marketing è:

Aiutare i clienti a conoscerti, a piacergli e a fidarsi maggiormente di te.

I seminari virtuali sono sicuramente un mezzo per riuscire in tale intento.

Per fare tutto questo, però, è necessario che ti focalizzi su una **nicchia specifica** di mercato, per far risuonare il più possibile la tua comunicazione.

4. Perfezionare

Non puoi non mettere mano ai **processi interni** della tua impresa: a essi è legata l'**experience** dei tuoi clienti.

Il fatto che tu ti sia dotato di uno staff non ti deve alleggerire in generale: non puoi esimerti dal lavorare, perché rischi che il cliente non possa godere dell'esperienza che fondamentalmente lo lega a te.

5. Pianificare

Stephen Covey dice:

Pensa dalla fine.

In sostanza, pensa al tuo obiettivo, renditi conto delle emozioni che proverai quando lo raggiungerai e, di conseguenza, fai il percorso a ritroso, in modo tale da comprendere quali siano i passi da compiere per ottenerlo: solo così potrai **pianificare** correttamente sul lungo periodo.

Tale strategia ti darà una grande coerenza, che potrai spendere coi tuoi clienti, quando chiederai loro di pianificare i loro investimenti.

6. Perfezione

Anche se io dico sempre:

Buono è migliore di perfetto!

Non voglio che tu creda che per me non sia necessario **puntare alla perfezione!**

Tendere alla perfezione vuol dire, da un certo punto di vista, fare in modo che i processi e i modelli che potresti mettere in atto facciano percepire il tuo metodo di lavoro come caratterizzato da standard elevatissimi.

Cura ogni singolo dettaglio: otterrai il meritato successo!

Sono giunto al termine di questo articolo.

Se ho suscitato il tuo interesse, ti invito a seguirmi anche su **Facebook**, lasciando un like alla pagina de **L'Imprendi(promo)tore**.

Su di essa potrai seguire le dirette de **L'Imprendi(promo)tore Podcast**, il quale, da due puntate a questa parte, non è trasmesso solamente in formato audio, ma anche video.

L'appuntamento è per tutti i lunedì alle 18:00, nel mio gruppo privato (**L'IMPREDIPROMOTORE – il gruppo**), e per tutti i lunedì successivi in formato puramente podcast, quando l'audio della diretta verrà riversato sulla pagina.

A presto!

Enrico Florentino

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

#Purpose

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.