

Titolo: Cogliere i momenti significativi

SKU: 42012

Versione: 30 marzo 2023

David Richman: Immaginiamo che stiate ultimando la vostra prima visita con il nuovo cardiologo il quale, dopo aver esaminato con voi i risultati dello stress test, chiude la cartella e vi dice: "Allora, David, conosce altre persone sulla sessantina? Un po' in sovrappeso? Un po' stressati e che potrebbero avere bisogno di me? [Risata] Voi cosa fareste? Se foste David, o in questo caso me, probabilmente scappereste da quell'ufficio così velocemente da far volare via tutte le carte sulla scrivania del cardiologo. La pensate diversamente? Noi crediamo di no.

Se riuscissimo a fare in modo che il vostro interlocutore vi consigli ad altri senza chiederglielo espressamente, cosa ne pensereste? Potrete essere consigliati da clienti agiati preservando il vostro orgoglio e semplicemente sfruttando il momento significativo. Cosa si intende per momento significativo? Qualsiasi occasione in cui si parla di mercati finanziari, denaro, pensione, piani finanziari o eredità durante una conversazione tra il vostro cliente e un amico, un familiare o, in vostra assenza, anche un collega. L'evoluzione dei momenti significativi consiste in una conversazione in cui si parla di voi. Come aumentare le probabilità che si parli di voi nelle conversazioni tra i clienti ed amici o familiari e voi non siete presenti?

Uno dei modi per farlo è sviluppare e articolare i vostri **ismi**. Che cos'è un "ismo"? Gli ismi sono convinzioni senza tempo che inquadrano il vostro modo di vedere le cose. Gli ismi sono **brevi, genuini e senza tempo** e creano dei nessi nel vostro lavoro con i clienti. Pronunciando regolarmente queste citazioni in presenza dei vostri clienti, creerete la possibilità di essere consigliati ad altri senza chiederlo espressamente. In che modo?

Supponiamo che il vostro cliente, Anthony, stia guardando una partita di calcio in televisione con un amico. Viene trasmessa una pubblicità di un istituto finanziario e l'amico dice una frase del tipo: "Sono molto preoccupato per quello che sta succedendo in questo momento sui mercati. Sto pensando di convertire tutto il mio portafoglio in liquidità". Questo è un esempio di momento significativo. Il tema dei mercati finanziari e degli investimenti è saltato fuori in una conversazione tra il vostro cliente e il suo amico, e voi non siete con loro.

E se il vostro cliente, Anthony, rispondesse facilmente con uno degli ismi che avete condiviso con lui? E se dicesse: "Può la confusione rivelarsi una occasione"? [Risata] L'amico probabilmente dirà: "Cosa? Di che parli? Cosa hai letto ultimamente?" Al che il vostro cliente risponde: "Nulla. Me lo ha detto Samantha, la mia consulente". L'amico chiede: "E chi è Samantha?". Bingo. Samantha ha raggiunto il suo momento significativo poichè Anthony sta iniziando a parlare di quanto sia brava nel suo lavoro di consulente. "Può la confusione rivelarsi un'occasione" è l'esempio perfetto di ismo, un'affermazione senza tempo che, in questo caso, crea un nesso con il lavoro che la consulente Samantha svolge con i suoi clienti. Sviluppate i vostri ismi. È probabile che abbiate "ismi" riguardanti gli investimenti, la pianificazione finanziaria e la pianificazione successoria. Una volta identificati i vostri ismi, iniziate a inserirli nelle conversazioni con i clienti e a cogliere sistematicamente i momenti significativi.

- Fine della registrazione -