


# ONE BOOK ONE PAGE

#6

## The Story Factor

Annette Simmons





Ciao,  
sono Mauro Massironi.  
Dal 2016, ricopro il ruolo di Head of Sales per la divisione Wealth Management del Gruppo Azimut, in cui sono entrato nel 2008.

Dopo la Laurea in Economia e Commercio all'Università Cattolica di Milano, ho iniziato la mia carriera come trader per poi spostarmi a lavorare come responsabile dell'ufficio studi di una banca.

Prima di tutto questo, sono tenace. Potrei aggiungere ambizioso, appassionato del mio lavoro ed implacabile divoratore di libri, ma non sarei niente di tutto il resto se non fossi innanzitutto tenace. Laddove gli altri solitamente mollano, io inizio appena a scaldarmi.

E potrei elencare diversi difetti, ma probabilmente anche quelli sono frutto, e poi ancora seme, della tenacia che mi contraddistingue.

Con tenacia mi piace portare avanti ogni cosa in cui credo, compreso questo mio ultimo progetto, ONE BOOK ONE PAGE. Una rubrica a cadenza quindicinale che in una sola pagina rivela le utilities di ogni libro che ho letto e che ho poi utilizzato nel mio percorso di vita umana e professionale.

Le tematiche sono disparate e tutte improntate al self-help, declinabili al mondo finanziario mediante approfondimenti che di volta in volta seguiranno.

Contattami per saperne di più. Ti aspetto!

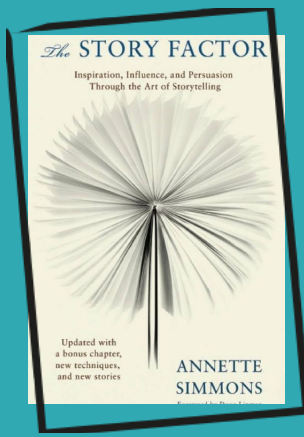


## #OneBookOnePage

Questo progetto nasce dalla pratica sistematica di evidenziare e appuntare i concetti chiave delle mie letture in materia economico-finanziaria, di management & leadership, marketing, vendite, produttività, psicologia e comunicazione... il tutto per una più rapida consultazione all'occorrenza.

Lungi da me scoraggiare la lettura integrale dei libri in questione o sostituirmi alle autorevoli penne che li hanno scritti: si tratta piuttosto di creare un terreno di scambio comune laddove questo esisterebbe già, ma solo idealmente tra persone, tempi e luoghi non sempre conciliabili.

Metaforicamente è come offrire a tanti atleti diversi, tutti amanti dello sport in generale, una nuova disciplina nella quale misurarsi e crescere insieme. Lo spirito del progetto è lontano da ogni utilitarismo se non quello di creare un network di persone fisiche che sognano grandi cose.



## The Story Factor

Annette Simmons.



Mauro Massironi

Per ispirare, influenzare e persuadere le persone, non c'è tecnica più potente del raccontargli una buona storia.

**Anche se le storie sono un modo indiretto per spiegare un concetto, sono spesso molto più efficaci della cruda verità, perché generano meno resistenze in chi le ascolta.**

Ci sono **6 passi** da compiere per arrivare a raccontare una storia convincente:

- (1) digli chi sei;**
- (2) digli perché sei lì;**
- (3) racconta una storia che illustri la tua visione;**
- (4) racconta una storia che insegni qualcosa;**
- (5) utilizza esempi concreti e non solo "concetti astratti";**
- (6) concludi con "so costa state pensando.." per anticipare alcune eventuali obiezioni.**

È importante essere bravi anche nell'**ascoltare le storie**, non solo nel raccontarle.

Talvolta il modo migliore per convincere qualcuno è semplicemente lasciargli esporre la sua storia. Se lo ascolti con attenzione e fai domande pertinenti spesso potrebbe essere lui stesso a "cambiare idea" mentre riflette sulla questione.

**Ma cos'è "una buona storia"?  
Una buona storia è una storia che semplifica il mondo e ci fa sentire in grado di comprenderlo meglio**

Raccontare una buona storia non è solo questione di "aver preparato un buon testo"; tutto il corpo deve essere coinvolto: la voce, la faccia, l'espressione corporea, le mani.. immagina di essere un attore di teatro che recita a tutto tondo. Per rendere le storie più reali, aggiungi qua e là dettagli irrilevanti, aiuteranno gli ascoltatori a immaginare meglio ciò che stai raccontando

Perché le storie sono così importanti?

**(i) perché superano la classica diffidenza che le persone hanno nei confronti di qualcuno che si pensa voglia influenzarci in qualche modo;**  
**(ii) accorciano le distanze tra chi parla e chi ascolta;**  
**(iii) generano uno stato simile all'ipnosi: le persone si rilassano quando gli anticipi che gli racconterai una breve storia.**

Attenzione però a **NON**:

- (1) comportarsi da "superiori" rispetto agli ascoltatori;**
- (2) annoiare gli ascoltatori;**
- (3) spaventare o far sentire colpevoli gli ascoltatori.**

**ESSERE UNO STORYTELLER** aiuta anche a vedere il mondo in maniera diversa. Rispetto ad una valutazione analitica e razionale di un problema, ad esempio, chi riesce ad approcciarlo dal punto di vista dello "storytelling" può ottenere **visuali insolite** rispetto ad una fredda analisi dei dati, che possono poi portare ad una **risoluzione brillante**.



# SONO UN CONSULENTE FINANZIARIO, COME PUO' SERVIRMI?

Il libro di questo OBOP spiega quanto siano efficaci le storie per ispirare gli altri.

**Il lavoro del consulente finanziario è, indubbiamente, un lavoro in cui la capacità di ispirare il comportamento dei clienti è fondamentale.**

Sgombriamo il campo da un eventuale equivoco: per me ispirare non significa manipolare e non ha alcuna accezione negativa. Il lavoro del consulente non è semplicemente quello di "offrire il prodotto o il servizio giusto al cliente" (anche se spesso guardando alcune normative sembra che per il regolatore giri tutto sempre e solo intorno a questo aspetto), ma è anche -e io direi soprattutto! - quello di fargli comprendere l'importanza del FARE o NON FARE certe scelte nel corso della propria vita!

## E ALLORA, CHE FARE?

La metafora e lo storytelling sono, in ogni ambito comunicativo, due strumenti potentissimi per smuovere le persone.

Il mondo degli investimenti ed il lavoro del consulente finanziario non fanno eccezione.

È evidente quanto lo storytelling ricopra un ruolo fondamentale all'interno delle skills di un consulente.



### È stato utile?

Per approfondire e discutere insieme questi argomenti scrivimi un messaggio privato su

[www.linkedin.com/in/mauromassironi](https://www.linkedin.com/in/mauromassironi)

*Mauro Massironi*

Far comprendere l'importanza che può avere, per un figlio o un nipote, l'apertura di un **piano di previdenza complementare** (magari come "regalo di battesimo", da alimentare poi ad ogni Natale.. fino ai 18 anni) piuttosto che far comprendere l'importanza che il **risparmio ed il successivo investimento attraverso un PAC** possono avere per generare ricchezza.

Oppure (nell'ambito del NON FARE) riuscire a spiegare ad un cliente quanto l'illusione di un arricchimento rapido sia - appunto - solo un'illusione, perché **con gli investimenti si può solo scegliere se diventare ricchi lentamente o poveri velocemente.**

Tutto questo è fondamentale nell'attività di un consulente finanziario, perché viene prima (ed è conditio sine qua non) per poi poter eventualmente fare degli investimenti adeguati alle esigenze dei nostri clienti.

**Una storia in grado di "fare centro" nella testa (e nelle emozioni) dei nostri clienti è una delle cose più importanti a cui dedicare tempo quando prepariamo la nostra attività e vale più di mille tabelle e grafici... perché rimane nella memoria di quel cliente per molto più tempo.**

Prova dunque a prendere spunto da:

Eventi di **vita reale**, accaduti a te (durante la tua carriera di consulente) o ai tuoi colleghi. Condividere le esperienze ed i racconti può essere una attività di grande valore.

I **miti greci** e le **fiabe di Esopo**: quelle storie sono sopravvissute nei secoli perché danno insegnamenti eterni ed applicabili a molti ambiti, anche quello finanziario!

**La cronaca**: talvolta si legge di sportivi o artisti famosi finiti sul lastrico, piuttosto che di persone insospettabili che dopo una vita di risparmio e vita frugale hanno lasciato in eredità milioni di Euro a questa o quella associazione.

**Lavorate su ciò che vi colpisce e vi affascina. Voi dovete essere i primi convinti della "potenza del messaggio" che state veicolando. Una buona storia, farà il resto.**