

**Report speciale per consulenti e imprenditori nei servizi**

**“Un piccolo gruppo di consulenti in Italia ottiene ogni giorno flussi costanti di nuovi clienti, più soldi e più tempo libero per goderseli.**

**Il tutto grazie a 3 aspetti fondamentali (per ironia i più ignorati o sottovalutati dalla maggior parte dei loro colleghi).”**

*Ecco quali sono, come li ho imparati (sulla mia pelle) e...*

*...perché sono disposto a raccontarteli proprio adesso!*

**di Giulio Marsala**



Ciao, nel report speciale che stai leggendo troverai i 3 aspetti paradossalmente più ignorati e sottovalutati dalla maggior parte dei consulenti Italiani.

Aspetti senza i quali il lavoro del consulente diventa spesso stressante e dispendioso in termini di energia e di ore lavoro.

Ad esempio: ti capita mai di lavorare ben più di otto ore al giorno? Magari anche di sabato o di

domenica?

Ti capita mai di dover negoziare sul prezzo quando proponi una consulenza, o di dover concedere sconti per acquisire il cliente?

Ti capita mai di dover trattare con clienti che non ti rispettano come meriti?

Ti capita mai di lavorare molto, e tuttavia di non essere pienamente soddisfatto dei profitti che alla fine di ogni mese riesci ad ottenere?

Ti capita mai di doverti “affannare” per trovare nuovi clienti?

O magari ti capita di avere profitti altalenanti, e vivere dei mesi in cui il guadagno cala vistosamente (ma i costi fissi no!) togliendoti la sicurezza che cerchi?

Se hai risposto sì anche ad una sola di queste domande, stai sicuro che sei in buona compagnia!

Insieme a te c'ero anche io qualche anno fa, e il 99% di chi oggi fa consulenza in Italia, e parlo anche di consulenti che ottengono un estremo successo economico, anche professionisti molto conosciuti e rinomati.

Ma aver risposto Sì ad una di queste domande è, in fondo, una ottima notizia per te.

Significa infatti che probabilmente non ti stai concentrando abbastanza su uno (o tutti) gli aspetti che stai per scoprire oggi.

Quindi proprio da oggi potrebbe iniziare una piccola rivoluzione grazie alla quale non dovrai più scendere a questo tipo di compromessi, e potrai portare il tuo business di consulenza al prossimo livello.

Ben presto scoprirai perché conoscere e focalizzare la tua attenzione contemporaneamente su questi 3 aspetti fondamentali ti sarà

---

[www.AcquireClientiClub.com](http://www.AcquireClientiClub.com) Più Clienti, Più Soldi, Più Libertà

estremamente utile, in quanto ti permetterà di ottenere flussi costanti di nuovi clienti ogni giorno, più soldi ma soprattutto... più tempo libero per goderteli!

E tutto questo si tradurrà in un maggior benessere, fatto di un tenore di vita più alto e più soddisfazioni personali e professionali.

Infatti questo è esattamente ciò che accade al ristretto gruppo di consulenti che ne ha capito il valore, e ha deciso di dedicare a questi 3 aspetti la giusta attenzione.

Per inciso: io, anche a causa di una storia piuttosto travagliata, sono oggi uno dei pionieri di questo gruppo di consulenti di “nuova generazione”, e nel report di oggi scoprirai come io stesso utilizzo tuttora questi 3 principi, come li ho scoperti e perché ho deciso di portarli alla tua attenzione invece di tenermeli per me.

Ma la parte davvero interessante che scoprirai è che dare importanza a questi 3 aspetti non porta tipicamente solo un aumento nel numero di clienti e nei guadagni (che può essere anche elevato, a volte nell'ordine di uno o due zeri in più ogni mese, e parlo per esperienza diretta).

Invece la cosa più importante è che rende tutto il lavoro del consulente più fluido e sicuro, facendo aumentare il tempo libero contemporaneamente ai guadagni e ai fatturati, dando in più la sicurezza di un flusso costante di cassa ogni mese!

E tutto questo...

... con le stesse giornate di 24 ore con le quali hai lavorato fino ad oggi!

### **Questione di metodo**

Uno degli scopi di questo report speciale è mostrare anche a te come i tuoi risultati siano direttamente proporzionali al metodo che stai utilizzando.

---

[www.AcquireClientiClub.com](http://www.AcquireClientiClub.com) Più Clienti, Più Soldi, Più Libertà

Soprattutto mostrarti come una piccola differenza nel metodo che utilizzi oggi, può fare una grande differenza nei tuoi risultati domani, anche se hai già un discreto successo.

Ecco perché oggi ti mostrerò, oltre ai 3 pilastri fondamentali che sono una parte di “azione”, ovvero una parte grazie alla quale potrai produrre dei nuovi risultati, anche alcune informazioni che riguardano una parte di “analisi” della tua situazione attuale.

Una parte che ho chiamato i “quattro quadranti dei consulenti”.

Tali quadranti ti permetteranno di capire in che quadrante sei e come cambiare quadrante se dove sei non sei soddisfatto.

Non solo: ti permetteranno di fare chiarezza su come l’utilizzo dei nuovi elementi che stai per conoscere potranno migliorare i tuoi profitti, il tuo stile di vita e la soddisfazione nel tuo lavoro, già all’interno del primo anno di utilizzo.

Perché capire dove sei è fondamentale per muoverti verso qualcosa di più elevato.

### **Ottieni il massimo dal tuo investimento.**

A questo proposito, per ottenere il massimo ritorno dal tempo che stai investendo nella lettura di questo report, una cosa che puoi fare subito è quella di tentare di immedesimarti, per capire come tutto quello che sto per dirti potrebbe fare la differenza nella tua attività in particolare, qualsiasi essa sia.

In pratica cerca di calare ogni concetto che leggerai all’interno del tuo caso specifico.

Ad esempio mentre leggi queste parole puoi semplicemente tenere la mente aperta alla possibilità che anche tu, entro poco tempo (magari già

entro il primo anno da oggi!) potresti arrivare a traguardi a cui non eri mai arrivato prima.

Ancora: puoi pensare che se avessi conosciuto queste informazioni solo un anno fa e ne avessi capito a fondo l'importanza, già oggi potresti vivere qualcosa di assolutamente diverso, una vita con più tempo libero, più clienti e quindi più soldi a tua disposizione.

Puoi anche semplicemente renderti conto che oggi sei responsabile del tuo successo e dei tuoi risultati ma, in fondo, tutto quello che sai, l'approccio con cui porti avanti il tuo business di consulenza, l'hai imparato da qualcuno (direttamente o indirettamente).

Quindi è anche possibile che oggi ci siano nuove informazioni che potrebbero farti superare i tuoi maestri, o darti una marcia in più, e che non avevi mai preso seriamente in considerazione prima.

E se anche dopo tutto questo pensassi di aver già sentito alcuni dei concetti che stai per vedere, chiediti: "sto davvero focalizzando la mia attenzione su questi 3 pilastri? Lo sto facendo DAVVERO?"

Se la risposta è no... beh, probabilmente è un buona notizia!

Infatti leggere questo report avrà un impatto positivo nella tua carriera futura da qui ad un anno, in quanto sei di fronte ad una ottima opportunità di fare dei cambiamenti che ti porteranno dove sarebbe stato difficile arrivare prima, anche facendo un ottimo lavoro (come immagino tu stia già facendo).

E, pensaci bene, il gioco vale la candela.

Stiamo parlando, molto in sintesi, di ottenere:

- più clienti
- più soldi

- più tempo libero per goderseli.

## **Questo report ti sarà particolarmente utile se sei un consulente di una di queste categorie**

Ho scritto questo report utilizzando la parola “consulenti” perché in Italia non c’è una parola migliore che descriva una categoria abbastanza ampia che racchiuda tutte le persone per le quali queste informazioni possono dare un grande beneficio.

Sappi però che intendo il “consulente” nella sua accezione più ampia.

Ad esempio per consulente intendo anche gli avvocati (consulenti legali). I dentisti (consulenti medici odontoiatri). I chirurghi (consulenti medici specialistici).

In pratica, quasi tutte le professioni dove si genera un guadagno mettendo a propria disposizione il proprio Know How specialistico per risolvere un problema, purché ciò non sia legato alla produzione di un manufatto (come accade ad esempio nell’artigianato).

Ecco alcuni esempi di categorie che possono applicare con successo i 3 principi di cui ti sto per parlare:

Commercialisti, avvocati, ingegneri, programmatori, agenti immobiliari, mediatori creditizi, operatori olistici (agopuntura, medicina alternativa), dietologi, psicologi, medici specialistici (come i chirurghi estetici, gli odontoiatri, gli ottici), gli architetti, i consulenti di ogni genere (del lavoro, d’immagine, di marketing, di direzione), gli agenti di commercio, i coach e molti molti altri.

Quindi anche se non ho nominato la tua categoria ma tu sai che proponi ai tuoi clienti soluzioni ai loro problemi utilizzando il tuo Know How specialistico, questo report è scritto per te, e le informazioni che stai per

leggere ti aiuteranno a migliorare i tuoi risultati e portarli al prossimo livello.

## I 4 quadranti della consulenza.

Bene, finalmente entriamo nel vivo.

Il primo argomento di cui vorrei parlarti sono i “4 quadranti della consulenza”.

Nel corso della mia vita mi sono accorto che qualsiasi consulente può essere posizionato in uno di questi quattro quadranti.

Me ne sono accorto perché... ho avuto la sfortuna (o la fortuna?) di vivere tutti e 4 i quadranti sulla mia pelle!

I quattro quadranti dei consulenti sono:

	Poco Tempo Libero	Molto tempo libero
Pochi Clienti	1	2
Molti Clienti	3	4

Mentre leggi, cerca di calare le informazioni nel tuo caso specifico. Chiediti: in che quadrante pensi di essere in questo momento? In quali quadranti pensi di essere passato? In quale quadrante vorresti essere?

### **Quadrante 1: hai poco tempo libero, e pochi clienti.**

Tipicamente è il quadrante di chi deve ancora iniziare seriamente un'attività di consulente, e la svolge solamente nei ritagli di tempo (magari con grande passione).

Quasi sempre chi è in questo quadrante rimane legato ad un altro lavoro per sopravvivere nell'attesa che l'attività di consulente cresca abbastanza.

E' una fase tipica dei consulenti non professionisti, ma talvolta puoi incontrare anche qualche consulente professionista che, nonostante faccia un buon lavoro, ha la percezione di avere "pochi" clienti.

Il "pochi" qui non è inteso come quantità di ore che gli occupano per gestirli ogni giorno, ma è invece inteso come quantità di denaro che quei clienti gli fruttano.

Se dovessi rientrare nella fase 1, sia che tu sia ancora un consulente "non professionista" e sogni di fare il grande salto, sia che tu sia un ottimo consulente che non riesce ad aumentare il suo profitto, i capitoli successivi ti saranno di grande aiuto.

### **Quadrante 2: hai molto tempo libero, e pochi clienti.**

Questa è una fase dove può essere piacevole stare. Io la chiamo: "la fase dell'opportunità".

Infatti è proprio in questa fase che hai una leva fondamentale a tua disposizione: la leva del tempo!

Con il tempo libero puoi fare un sacco di cose: puoi impiegarlo per cercare nuovi clienti ad esempio.

E anche la ricerca di nuovi clienti può essere svolta seguendo un metodo più efficace o un metodo meno efficace.

Se sei nella fase 2 oggi scoprirai degli spunti per promuoverti in modo estremamente efficace, e che ti permetteranno di passare rapidamente in una fase ancora più piacevole (la 3 o la 4)

### **Quadrante 3: hai poco tempo libero, e molti clienti.**

Questa è la fase per così dire "matura" nel mondo della consulenza.

Qui trovi la maggior parte dei consulenti di successo. Qualcuno anche di estremo successo. Qualcuno che si è creato uno staff, è pieno di risorse economiche ma...

... contemporaneamente non riesce a godere a sufficienza del suo tempo.

Se sei in questa fase probabilmente sei un consulente affermato, qualcuno che ha un ottimo nome e una ottima professionalità, già riconosciuta.

Magari cerchi di capire come raggiungere il tuo prossimo livello: ma le strade per guadagnare di più sono chiuse dalla mancanza di tempo sufficiente per agire.

Inoltre spesso hai già raggiunto o superato i tuoi maestri e i tuoi modelli. Ora devi trovare nuove strade per migliorare sia il tuo business sia la qualità della tua vita.

Beh, se sei arrivato al quadrante 3 significa che sei già una persona estremamente capace e piena di risorse.

Per una persona come te focalizzarti sugli aspetti più importanti sarà senz'altro un modo per cambiare nuovamente marcia e passare al quadrante quattro!

#### **Quadrante 4: hai molto tempo libero, e molti clienti.**

Questo, a mio modo di vedere, è il punto d'arrivo.

Lo è stato per molto tempo, oggi finalmente VIVO quella fase, anche se non come la immaginavo quando l'ho progettata.

Infatti non pensare che “tanto tempo libero” nel mio caso significhi: “non faccio nulla tutto il giorno”.

Personalmente sono troppo appassionato di quello che faccio per smettere di agire.

Ma ciò che mi piace è poter decidere in autonomia quanto voglio lavorare.

Mi piace sapere di avere un tenore di vita “minimo” che oggi mi consente di vivere nel benessere senza dover lavorare, se solo mi accontentassi e non volessi lavorare per alzare questo “tenore di vita minimo automatico” (e questa è in effetti la mia “malattia” per ora).

Ma al di là delle mie scelte personali, è la libertà di scelta che è bello raggiungere.

Il fatto che per tutto il tuo lavoro c'è una FINE in fondo agli anni che decidi di dedicare alla tua attività, se decidi che sia così.

Una fine che sei libero di scegliere tu, senza la costrizione di dover essere sempre tu il centro del tuo business, e senza dover aspettare che lo stato ti dia la pensione (sempre che questo momento arrivi davvero).

Un equilibrio che sei libero di trovare in base ai valori che hai scelto di vivere.

Nel quarto quadrante, se ti guardi intorno, ci sono pochissimi consulenti. Un po' perché molti di loro sono affetti dalla sindrome del “voglio di più” (e anche io ci sto lavorando, perché un po' ne sono vittima).

Un po' perché per arrivarci bisogna fare azioni specifiche, diverse da quelle che ti permettono di arrivare solo al quadrante 3 (che sono quelle che normalmente fanno i consulenti tradizionali più abili perché non conoscono le altre!).

Quelli del quadrante 4 che utilizzano i metodi che spiego sono quelli che chiamo i “consulenti imprenditori”.

Questo perché hanno avuto le informazioni, la capacità e la volontà di trasformare il loro business di consulenza in un business in grado di non

dipendere solo dalla loro abilità di consulenti, ma anche dal loro Know How.

E la cosa bella di questo è che... il tuo Know How non ha bisogno di te per generare reddito (non del tutto almeno!).

Se sei un consulente in un quadrante diverso dal 4 e vuoi arrivare qui...

... beh, questo report ti darà il primo input fondamentale: dove concentrarti per intraprendere le azioni più giuste per arrivarci il più rapidamente possibile.

## **Una storia con diversi spunti utili: come ho scoperto i 3 pilastri fondamentali e i 4 quadranti dei consulenti.**

**L'inizio: lavoro come dipendente per un consulente del "quadrante tre".**

Ho deciso di raccontarti la storia che segue per due motivi: il primo è farti capire come questi quadranti siano molto ben riconoscibili anche in una storia vera. Il secondo è farti capire come li ho riconosciuti, e come spesso, chi li vive, non si rende conto di viverli se non pone la giusta attenzione.

Leggere questa storia ti sarà utile perché mentre la leggerai potrai calarti in una situazione reale, e pensare anche alla tua carriera di consulente. In quali quadranti sei passato? Dove sei oggi? Dove vuoi andare?

Riguardo a me, devi sapere che il mio primo lavoro dipendente full time della mia vita è stato...

... fare l'impiegato in uno studio di consulenza del lavoro!

Ero in una situazione davvero particolare: laureando in economia e commercio, da poco marito e futuro papà.

Dovevo assolutamente monetizzare il mio tempo per prepararmi al figlio in arrivo, e l'opportunità di diventare un consulente del lavoro mi allettava.

Vedevo questi consulenti del lavoro come figure di prestigio, e un tenore di vita che allora io mi sognavo.

Ricordo che guardavo chi gestiva lo studio con profondo rispetto: era un uomo di circa 55 anni, con un'ottima credibilità nel settore e uno studio dove lavoravano circa 5 dipendenti.

Era il classico caso di consulente del quadrante 3: tanti clienti e zero tempo libero. Ai miei occhi: un uomo arrivato, che di più non poteva volere.

Ma ricordo anche che, tra lo staff dello studio, era sempre l'ultimo ad andare via la sera.

Inoltre spesso lo trovavo a lavorare il sabato, e almeno una volta al mese, anche la domenica.

Ero allettato dai suoi guadagni, che mi sembravano altissimi per l'epoca (mi sembra di ricordare una cifra simile ai 5.000 euro al mese).

Tuttavia ero anche colpito dalla quantità di lavoro che svolgeva per mantenere costante quel tenore di vita, e anche tutto lo stress che aveva addosso (ad esempio fumava un numero impressionante di sigarette ogni giorno!).

Se oggi lo analizzo dal punto di vista marketing posso vedere chiaramente che utilizzava le classiche strategie di acquisizione clienti che utilizzano la maggior parte dei consulenti che non hanno ancora letto questo report, che sono efficaci ma... con effetti collaterali (perché conducono al quadrante 3, e non oltre!).

Forse, guardando bene, riconoscerai anche qualcuna delle strategie che tu adesso stai utilizzando.

### **Alcune strategie classiche di acquisizione clienti per consulenti di successo (valide fino al quadrante tre e non oltre).**

Ad esempio uno dei suoi metodi per acquisire clienti era quello di raccogliere le referenze dai clienti già acquisiti e soddisfatti.

Il famoso “passaparola” da cliente a cliente.

Un ottimo metodo, ma nei periodi in cui di clienti ne hai pochi (o poco collaborativi) non si può dire funzioni molto.

In più è totalmente arbitrario il risultato che può dare: di mese in mese cambia drasticamente.

E quando hai uno studio con 5 dipendenti (e relativi costi fissi) non è sufficiente per stare tranquilli.

Infatti il mio datore di lavoro contava anche su altri metodi: uno di questi era il “presentarsi” (a volte lui, a volte un suo collaboratore) alle aziende e ai commercialisti della zona, per creare partnership con cui condividere i clienti e fornire i suoi servizi.

Questo da un lato aumentava la sua base clienti e “riempiva” di lavoro i dipendenti, ma in pratica non aumentava il profitto poi di molto.

In compenso però aumentava il numero dei “casi particolari” e delle eccezioni che lui doveva affrontare personalmente (in poche parole riduceva il suo tempo libero).

Usava poi la strategie degli sconti e dei prezzi “stracciati” per acquisire nuove partnership e nuovi clienti, e girava molto per farsi conoscere.

Di nuovo: più volume d'affari ma meno tempo libero e meno profitti.

Ricordo che era sempre fuori per convegni, dove si aggiornava con i suoi colleghi. In qualcuno era addirittura lui il relatore!

Lo scopo era sempre quello: cercava contatti per ottenere clienti e rimpiazzare quelli che, anche se fai un buon lavoro, ti lasciano comunque (e questo fa parte del gioco).

### **La vita tipica del consulente di successo (classico da quadrante 3 affermato).**

Beh, in quel periodo scoprii due cose:

1) non ero adatto a fare il dipendente.

Intendiamoci: non trovo ci sia niente di male a scegliere di lavorare sotto padrone. Ma bisogna esserci portati. Io NON sono in grado. A quanto pare ho un caratteraccio, per cui non riesco a creare armonia se qualcuno mi dice quello che devo fare.

Così in quel periodo ho maturato il sogno di fare qualcosa di diverso (anche seguendo un consiglio di mia moglie): volevo fare l'imprenditore!

Si può tranquillamente dire che se oggi ho ottenuto dei buoni risultati è dovuto MENO al fatto che sono particolarmente bravo a fare quello che faccio, e PIU' al fatto che non ero assolutamente bravo a fare la cosa che facevano tutti gli altri!

2) I consulenti affermati lavorano tantissimo, e per aumentare la base di clienti devono fare un enorme lavoro per farsi conoscere: raccolta credenziali, alleanze strategiche, presentazioni, sconti, etc. etc.

E poi, nel tempo "libero", fare il loro lavoro di consulenti!

E infine, nel tempo libero dal loro lavoro di consulenti (ovvero il "tempo libero del tempo libero"), si devono aggiornare per

rimanere al passo con i tempi, e fornire sempre un'ottima consulenza ai loro clienti!).

Beh se ti sei riconosciuto in qualche aspetto della storia (vera) del mio ex datore di lavoro e, seppur soddisfatto dei risultati economici, vorresti aumentarli o migliorare la qualità della tua vita...

... o anche se in questo momento vedi il mio ex datore di lavoro come un punto di arrivo per i guadagni che riusciva a realizzare, e vorresti rapidamente ottenerli anche tu...

... allora stai facendo la cosa più giusta proprio in questo momento!

Infatti leggendo questo report troverai nuovi spunti che ti potranno condurre su una nuova strada alternativa per crescere nella tua carriera di consulente.

Una strada che ti può portare a risultati anche di molto migliori dei suoi, ma con uno stile di vita assolutamente più sostenibile e libero.

### **La mia esperienza imprenditoriale e il suo insegnamento più grande.**

Personalmente da quell'esperienza mi era rimasta dentro anche un'altra cosa: per generare un reddito elevato velocemente aveva senso lavorare in modo autonomo, e non fare la carriera corporativa.

Le carriere corporative erano troppo lente per i miei gusti (e non adatte al mio carattere, e alle esigenze "espansionistiche" della mia famiglia... ma quanto mangiano i bambini??)

Fu così che decisi di lanciarmi nell'aprire un'attività commerciale, e cercare di inseguire il mio sogno di guadagnare di più in meno tempo, facendo anche una cosa che mi appassionava.

Infatti avevo notato, guardando il mio ex datore di lavoro, che bisognava lavorare moltissimo per portare avanti un'attività in proprio (all'epoca pensavo fosse l'unica strada, per fortuna oggi so che non è così!).

Beh, ero disposto a farlo solo in una attività che mi piaceva molto.

Così scelsi di aprire un locale di intrattenimento dedicato ai videogiochi, la mia passione di allora (e, in parte, anche di adesso).

Era un locale che richiedeva un investimento importante: così decisi di affidarmi ad un franchising.

Questo perché sapevo di avere zero esperienza imprenditoriale, ma contemporaneamente non potevo sbagliare: in quell'azienda avevo investito ben 102.506 euro, il 95% dei quali erano prestati (banche, genitori, parenti, amici).

Se ti chiedi come faccio a ricordare con tale precisione quanti soldi avevo investito in quell'attività, è presto detto: me li ricordo fino all'ultimo euro perché...

...li ho persi tutti!

Infatti purtroppo dopo solo 3 mesi dall'apertura del mio locale di intrattenimento io e il mio socio di allora abbiamo scoperto che il franchising a cui ci eravamo affidati si era rivelato, per dirla con benevolenza, "poco serio".

Per farla breve hanno contribuito, liquidando la loro azienda senza darci il supporto promesso (e dopo aver intascato una cospicua fee d'ingresso), a farci chiudere 3 anni dopo.

Quelli sono stati anni in cui ho perso davvero tanto in termini di soldi e di "anni di vita".

Ma, di contro, anche anni in cui ho imparato tantissimo, e di cui oggi sono profondamente grato.

Soprattutto ho imparato che il marketing è un aspetto fondamentale per chi lavora in proprio, e in particolare lo è la fase dell'acquisizione del cliente. Dirò di più: il "sistema" di acquisizione clienti (vedrai dopo cosa intendo!).

Proprio in quel periodo infatti, per cercare di salvare il mio locale dal baratro a cui si stava avviando, ricordo che mi sono affidato ad un coach americano, che insegnava proprio ad acquisire clienti usando internet, e al quale ricordo che consegnai... i miei ultimi risparmi dell'epoca!

Beh, da quel primo "contatto" con il mondo del direct response marketing in poi posso dire che mi si è aperto un vero e proprio "nuovo mondo"!

Un mondo fatto di possibilità che non avevo mai visto, e che mi ha permesso di ottenere nuove idee e risorse per andare avanti e puntare davvero in alto, grazie alla capacità di acquisire clienti in maniera per molti aspetti automatica, in un modo molto diverso da come faceva il mio ex datore di lavoro!

Per la cronaca: non ho fatto in tempo comunque a salvare il mio locale.

I miei soci di allora non credevano nelle mie nuove "tecniche così strane" di acquisizione clienti, e non vollero mai provare l'investimento sul locale.

Così il locale chiuse per sempre.

Ma quel che è importante è che in quel periodo scoprii il mio personale "livello successivo": iniziai a studiare con passione investendo tutto quello che avevo (e non avevo!) sulla nuova materia, e iniziando a creare il Know How che mi consente oggi di fare quello che faccio.

### **Il mio quadrante uno (da consulente).**

Beh, il Know How da solo non ti fa mangiare, questo è chiaro.

Dopo il fallimento del mio locale infatti ero veramente in una situazione pessima, dal punto di vista economico.

Senza un euro in banca, con un debito enorme sulle spalle, i creditori alla porta, senza lavoro, un bimbo piccolo (e uno in arrivo) e... la moglie che non poteva lavorare a causa di una gravidanza difficile.

Puoi immaginare la situazione.

Beh, mi rimaneva solo una cosa da fare: tentare la strada di mettere in pratica il mio Know How.

Smettere di studiare e iniziare ad agire insomma: spesso la cosa che fa più paura!

Nel frattempo, per sopravvivere, avevo iniziato anche a lavorare come agente di commercio porta a porta, e sperimentare “il buon vecchio metodo” di acquisizione clienti che usavano tutti.

Devo dire: per niente facile (ho massimo rispetto per chi oggi fa quel lavoro).

Contemporaneamente ovviamente approfondivo il marketing a risposta diretta: i nuovi strumenti americani che mi sembravano così validi e che non vedevo l'ora di provare sul campo.

Era la mia nuova passione!

In quel momento ero il classico consulente da quadrante 1: poco tempo libero e pochi clienti (nessuno in quel caso!)

Il mio primo lavoro infatti (come spesso accade a chi inizia) fu fatto con pagamento solo a risultati: si trattava di creare un business che permettesse al know how di mia moglie di guadagnare denaro stando a casa propria (per via dei bimbi).

Beh, applicai le tecniche americane (allora quasi totalmente sconosciute in Italia), e..

... la cosa funzionò egregiamente (dopo qualche aggiustamento)!

Questo mi diede la fiducia necessaria per propormi come consulente sul mercato, e passare alla fase due della mia carriera di consulente!

### **Il mio quadrante due (da consulente).**

A quel punto decisi quindi di abbandonare il lavoro di agente di commercio, e di dedicarmi full time a questa nuova professione, nella quale mi sentivo così fiducioso.

Ero pieno di entusiasmo: ricordo benissimo la situazione.

Avevo un sacco di tempo libero, e cominciavo ad avere i primi clienti.

Ero nel quadrante 2 infatti: tanto tempo libero, e pochi clienti (ma più di zero!).

E in tutto quel tempo libero... beh, studiavo, studiavo e sperimentavo tutte queste nuove strategie in ogni settore che potevo.

Inoltre tentavo di promuovermi come consulente, ma non con i metodi classici, invece con gli stessi metodi di marketing a risposta diretta che stavo studiando.

### **Dal quadrante due al quadrante tre alla velocità della luce (grazie ai 3 pilastri che trovi in questo report!).**

Come ti dicevo non scelsi di promuovermi come consulente con i metodi che utilizzava il mio ex datore di lavoro, anche se li conoscevo bene.

No, invece applicai le strategie di cui ero venuto a conoscenza, e che avevano funzionato così bene fino a quel momento.

Funzionarono di nuovo!

Nel giro di pochissimo tempo (qualche mese!) arrivai al limite: avevo già saturato il mio tempo come consulente!

E la cosa interessante è che per arrivare a quel livello mi ci è voluto un periodo di tempo estremamente inferiore a quanto ci aveva messo il mio ex datore di lavoro e, ti assicuro, senza che io sia più bravo o intelligente di lui, ma solo grazie al fatto che utilizzavo un approccio diverso!

In pochissimo tempo così...

...avevo già troppi clienti!

Più clienti di quanti potessi gestirne (e oltretutto tutti estremamente soddisfatti, quindi generavano a loro volta altri clienti con un effetto “passaparola” non sollecitato!)

Finalmente la mia situazione economica si era ristabilita ma...

... avevo un nuovo problema!

In pratica questo: avevo un sacco di clienti. Avevo un sacco di lavoro. Nel tempo libero mi tenevo aggiornato.

E per tutto questo...

...avevo ZERO tempo per me e la mia famiglia (da cui discussioni e problemi vari che ti puoi immaginare e di cui forse hai già esperienza diretta anche tu).

In sostanza ero diventato alla velocità della luce un consulente della fase 3, proprio come il mio ex datore di lavoro.

Per poi scoprire che la fase 3 portava in dote gli stessi problemi che aveva avuto anche lui!

**Il passaggio al quadrante quattro.  
Il consulente-imprenditore.**

Ma a me quell'immagine faceva paura.

Non pensavo di essere in grado di sostenere il ritmo che aveva sostenuto lui per tutti gli anni che mi separavano dalla pensione!

Forse semplicemente non avevo INTENZIONE di sostenere quel ritmo.

Così ho iniziato ad approfondire come potevo fare qualcosa di diverso, che mi desse lo stesso reddito (o anche di più) ma con più tempo libero, e meno necessità della mia presenza fisica.

Come sempre i miei mentori americani avevano già affrontato il problema e trovato delle soluzioni nel loro mercato: ed erano disposti ad insegnarmele (bastava pagare naturalmente).

Per l'Italia non era proprio una passeggiata, nemmeno adattare le loro informazioni: ma si poteva fare, e ne avevo tutta l'intenzione.

Come sempre si trattava essenzialmente di focalizzare la propria attenzione sugli aspetti più importanti, e agire sulla base delle nuove informazioni apprese.

Gli stessi aspetti che, in fondo, mi avevano fatto passare dalla fase 2 (senza clienti) alla fase 3 (troppi clienti), in brevissimo tempo.

Gli stessi aspetti che, con l'aggiunta di qualche altra (importante) strategia più avanzata e complessa mi hanno permesso oggi di essere nel quadrante quattro.

Il quadrante dove, te lo dico dopo averli provati tutti, si sta meglio che in qualsiasi altro quadrante.

In effetti oggi ho dei numeri di tutto rispetto, e se non avessi questa "voglia di fare di più" potrei anche fermarmi qui e godere di quello che ho creato.

### **Alcuni esempi di come si vive nel quadrante quattro**

---

[www.AcquireClientiClub.com](http://www.AcquireClientiClub.com) Più Clienti, Più Soldi, Più Libertà

In effetti oggi ho decisamente molti clienti, come da quadrante quattro vuole.

In qualche mese supero anche di molto i 100 clienti al mese, con profitti che possono andare anche dagli 80 ai quasi 2.000 euro per singolo cliente.

Posso decidere quando lavorare e quando no, e permettermi di andarmene 45 giorni negli Stati Uniti a seguire i seminari di marketing che mi appassionano, anche se costano 6.000 dollari. Fino a qualche anno fa era una cosa impossibile per me, sia per il costo del seminario sia perché non potevo abbandonare il mio business per così tanto tempo.

Oggi posso scegliere di andare a vedere le partite di calcio di mio figlio più grande anche in orario pomeridiano, e addirittura di portarlo alle festine dei suoi compagni di classe (tra l'altro sono l'unico papà... guardacaso!).

E posso scegliere di fare questo... sapendo che ho un reddito "minimo" costante che ogni mese mi permette di vivere un tenore di vita che, purtroppo, la maggior parte degli italiani (e anche molti consulenti) fatica a raggiungere.

Ad esempio il business "AdWordsVincente.com", dove ho inserito il mio Know How di consulente AdWords (creato con le strategie spiegate in questo report più altre strategie avanzate), oggi genera più di 5.000 euro ogni mese in prodotti venduti, di cui una buona parte è profitto, ed è quasi totalmente indipendente da me (a parte negli aggiornamenti).

Non solo: le mie strategie di acquisizione clienti (di cui fra un po' ti parlerò meglio) mi generano ogni mese un alto (anche troppo!) numero di nuovi contatti commerciali che mi chiedono consulenze, che quando scelgo di chiudere, chiudo ai prezzi che io ritengo giusti, senza concedere sconti o pagamenti agevolati (di solito preferisco farmi pagare in anticipo).

In realtà oggi nel 99% dei casi delego le richieste che mi arrivano ad amici e collaboratori, perché sono troppo impegnato (nel tempo che ho deciso di dedicare al lavoro) a gestire i miei business e approfondire le mie passioni.

E tutto questo è partito grazie a 3 semplici aspetti su cui ho focalizzato la mia attenzione!

Gli stessi che trovi in questo report fra qualche riga, e che se sceglierai di apprezzare e inserire nelle tue priorità giornaliere di consulente, potranno dare degli effetti molto positivi anche a te.

A volte è più semplice di quello che sembra: poni la tua attenzione su qualcosa di nuovo, agisci come da programma e... in un tempo minore di quanto pensi, inizi ad ottenere nuovi risultati.

Quindi ora che hai certamente capito quanto è importante mettere la tua attenzione nel posto giusto, ecco i 3 pilastri.

### **Pilastro 1: focalizza la tua attenzione sul marketing dedicandogli il giusto tempo per la tua formazione.**

Se hai letto bene la storia del mio ex datore di lavoro ti sarai reso conto di una cosa.

Ovvero che anche lui in realtà aveva capito qual'era la strada giusta intuitivamente: solo che non si era fermato a riflettere troppo su ciò che faceva.

Non aveva sbagliato l'allocazione del suo tempo nell'attività: ma la strategia con la quale aveva scelto di procedere.

Quello che voglio dire è che lui è diventato un consulente di tutto rispetto, con un buon profitto mensile e una ottima reputazione.

E per diventare tale aveva deciso di dedicare circa un terzo della sua giornata alla fase “acquisizione clienti”, nel modo che lui conosceva (e che aveva visto utilizzare probabilmente dai suoi mentori).

Alleanze strategiche, convegni, sconti, referenze, etc. etc.

Quindi si può dire che lui utilizzava buona parte del suo tempo per intraprendere strategie commerciali di acquisizione clienti, e nel resto del tempo “libero” studiava la sua materia, per diventare più bravo e generare altro passaparola positivo (e generare quindi altri clienti).

Sicuramente questo comportamento era coerente con le informazioni che aveva appreso durante la sua formazione.

Per lui la fase di studio aveva senso dedicarla ad aggiornarsi e studiare la sua materia, perché pensava che così avrebbe ingrandito il suo studio, facendo leva appunto sull’effetto “passa parola” dei clienti.

Ma abbiamo già visto in precedenza come l’effetto “passa parola” purtroppo è un effetto su cui non abbia senso fare troppo affidamento per acquisire nuovi clienti.

Infatti, a parte qualche caso particolare, NON ti garantisce un flusso costante di nuovi clienti ogni giorno.

In più ha il problema della variabilità: non sai mai cosa può succedere da un mese all’altro.

Eppure io conosco personalmente diversi consulenti che vivono solo di passa parola e sulle referenze che si sono creati, e sono oggi nel quadrante 3.

Ovvero: con il tempo completamente saturo dal dover gestire troppi clienti, che arrivano quasi tutti dalle referenze.

Penso a molti consulenti nelle assicurazioni ad esempio.

Il rovescio della medaglia di questo approccio però è:

- Di solito funziona dopo un po' di tempo che ti fai "il buon nome", e "stenta" a decollare per chi inizia.
- Anche se hai un business avviato, non è sufficientemente veloce per chi vuole cambiare marcia rapidamente, e portare il proprio business al prossimo livello. E' diciamo vincolato ad una velocità "standard" che non dipende interamente da te.
- Nei momento in cui ci sarebbe più bisogno perché c'è crisi (quindi ci sono pochi clienti attivi) è un processo che stenta a produrre risultati.

Quindi sì, avere un buon prodotto, fare delle buone consulenze e generare dei buoni passaparola funziona: ma talvolta non è sufficiente per arrivare al quadrante tre, e comunque è impossibile basarsi su questo sistema per arrivare al quadrante quattro.

La soluzione quindi per un consulente che volesse "salire" di livello e passare di quadrante, è innanzitutto di focalizzare la propria attenzione e dedicare almeno una minima parte del suo tempo su un aspetto che quasi nessun consulente in Italia considera importante: il marketing.

Pensaci un attimo: e se solo tu potessi, grazie a strategie assolutamente efficaci e collaudate, aumentare la tua base clienti, il tuo tempo libero e il tuo profitto, dedicando MENO dell'1% del tuo tempo in un anno al marketing, lo faresti?

Bene: questo fa tutta la differenza del mondo.

L'approccio per certi versi rivoluzionario è questo: il marketing DEVE essere materia di studio per qualsiasi consulente, di qualsiasi settore, e non deve essere oggetto di studio solo dei "consulenti marketing".

Perché è il marketing la linfa vitale per creare un business sano e duraturo nel tempo, ovvero un business che possa crescere e liberare contemporaneamente anche il tempo del consulente che lo crea.

Attraverso il marketing è possibile raggiungere questi risultati, ma bisogna avere ben chiaro in mente che è importante dedicargli il giusto tempo.

Non che servano queste grandi quantità di tempo: bastano due, tre ore al mese di preparazione per un anno per essere già al di sopra del 99,9% dei consulenti in Italia (soprattutto dei propri concorrenti) e raggiungere così semplicemente il proprio PROSSIMO livello (ed eventualmente un cambio di quadrante).

Pensaci bene: anche dedicassi 3 ore al mese allo studio del marketing, sarebbero in tutto 36 ore in un anno, ovvero lo 0,4% del tuo tempo totale in un anno.

Se anche questo ti permettesse di guadagnare solo il 20% in più, e ottenere 1 ora in più la settimana di tempo libero (quindi in pratica se i tuoi studi di un anno si rivelassero un “quasi” fallimento), si tratta comunque di scambiare lo 0,4% del tuo tempo in un anno per ottenere più soldi e lo 0,5% di più tempo libero in ritorno!

Direi che ne vale la pena! Tu che ne pensi?

Anche perché c'è un altro effetto collaterale positivo nel dedicare il giusto tempo al marketing.

Ovvero: imparare dall'esperienza altrui, senza dover commettere errori, sperimentare da soli decine di strategie diverse e prendere decisioni basate sulle sensazioni

Prendi questo semplice report ad esempio: solo l'informazione che hai appena letto, quanto può valere?

Sto parlando dell'informazione: "dedica il giusto tempo al marketing della tua attività di consulente".

Se tu la applicassi davvero, in modo sistematico e costante...

...quanto potrebbe cambiare il tuo business di consulenza da qui ad un anno? Quante cose in più avresti imparato? Quante nuove strategie avresti messo in atto?

Ricorda che una volta che hai compreso il valore di un'informazione detta al momento giusto e hai imparato ad applicarla nel tuo business, quell'informazione è tua per sempre, e produce risultati per sempre, fintantoché continui a metterla in pratica.

E per trovare l'informazione che fa la differenza hai due modi:

1) Tentare e ritentare finché non trovi la strada giusta. In parte è come ho fatto io quando cercavo di risollevare il mio locale.

In parte è anche la strategia sviluppata in più di 30 anni di lavoro dal mio ex datore di lavoro. Efficace forse, ma molto, molto lenta a dare risultati, e soprattutto... uguale a quella che fanno tutti gli altri!

Oppure hai la seconda strada, ovvero:

2) Imparare dall'esperienza altrui

Solo leggendo questo report hai capito immediatamente, a "mie spese" (quindi con la mia esperienza), quanto sia importante focalizzarti sul marketing, anche se sei un consulente di un'altra materia.

In pratica dedicando un po' di tempo a leggere questo report, hai acquisito un'informazione che ti può far tornare indietro questo tempo moltiplicato, generando effetti positivi a catena.

Ora non devi far altro che iniziare a mettere in pratica questa conoscenza (perché la conoscenza da sola non basta), ed è probabile che entro pochissimo tempo potrai già vedere i primi risultati.

E' davvero possibile che da qui ad un anno il tuo business sia radicalmente migliorato, partendo da una semplice informazione come questa!

Ma ci sono altre cose che, studiando il marketing, imparerai.

Voglio dirtene un'altra di estrema importanza, che ti sarà utilissima nel caso tu voglia salire al tuo prossimo livello.

E' talmente importante che ho deciso di dedicargli un capitolo a parte. Infatti è il nostro "pilastro due".

## **Pilastro 2: procedura-lizza ogni cosa nel tuo business di consulenza, e fai in modo che il tempo di esecuzione della procedura non sia direttamente proporzionale al numero di clienti che la procedura "serve"**

Procedura-lizzare: non mi venivano termini migliori di questo, perché questo rende l'idea perfettamente.

Si tratta di "creare procedure" per ogni fase importante del marketing della tua attività di consulente, in primis.

E di rendere queste procedure eseguibili con la stessa quantità di tempo (o minime variazioni) all'aumentare del numero dei clienti.

Ti faccio un esempio che ti permetterà di capire più facilmente cosa intendo.

Considera pure il tuo Know How di consulente, quello che fai attualmente per vivere.

Pensa a quanto tempo ti occorre ogni volta che fai una consulenza a qualcuno, il classico caso della consulenza “one to one”.

Ora pensa a fornire lo stesso Know How ai tuoi clienti (e non solo a loro), ma attraverso un seminario in cui gli spieghi passo passo cosa dovrebbero fare in autonomia.

Per un attimo non curarti del fatto se nel caso del tuo Know How ti sembra una cosa possibile o meno (so che molti pensano che nel loro settore la cosa non sia applicabile, in realtà nel 90% dei casi è semplicemente non-scontata perché si tratta di cambiare il target di clientela, ma è quasi sempre realizzabile. Basta sapere come si fa).

Beh, il primo caso, quello della consulenza one to one, è una attività totalmente legata al tuo tempo.

Due clienti quasi raddoppiano il tempo che tu impieghi nel farla.

Il secondo caso invece, quello del seminario, è una attività che ti occupa tempo in modo (quasi) indipendente dal numero di partecipanti che tu hai nel seminario.

Che tu abbia 50 partecipanti o uno solo, il tuo tempo nel dedicarti a loro è più o meno lo stesso (quindi in questo caso meglio averne 50).

Al di là di questo esempio, fatto ora solo per farti capire bene cosa intendo con “fai in modo che il tempo di esecuzione della procedura non sia direttamente proporzionale al numero di clienti che serve”, mi preme tu abbia compreso a fondo il concetto.

Creare procedure è utile: crearle non legate direttamente al proprio tempo è ancora più utile.

Questo è un aspetto estremamente importante, soprattutto perché legato a doppio filo con il pilastro uno.

Tu pensaci bene: quanto del tuo business oggi è proceduralizzato?

E soprattutto: hai proceduralizzato gli aspetti più importanti, quel 20% di aspetti che ti possono produrre l'80% dei risultati?

Voglio raccontarti quest'altra storia vera: qualche tempo fa ho conosciuto una signora che di lavoro faceva la consulente di immagine: aiutava le persone a costruire un'immagine efficace di loro stessi.

Una tipa in gamba: classico esempio di quadrante 3. Già satura al massimo (e pensare che viveva solo di referenze dopo svariati anni di attività).

Ricordo che, chiacchierando di casi di consulenti particolarmente importanti, mi ha detto: "beh, nella mia testa potrei immaginare di arrivare a guadagnare 10.000 euro al mese. Ma 100.000 mi sembra una cifra assurda, irraggiungibile".

Beh, non voglio dire che sia facile raggiungere 100.000 euro al mese, ma il fatto che sia cognitivamente possibile o meno è dovuto semplicemente ad un aspetto: quanta parte del tuo business di consulenza è stata proceduralizzata e slegata dall'impiego diretto del tuo tempo.

Quello di proceduralizzare il tuo business di consulenza è qualcosa che quasi certamente fai già in modo intuitivo.

Soprattutto se hai dei dipendenti infatti, ti sarai certamente trovato a dare loro delle procedure.

Per esempio: "fai questo se accade quest'altro", oppure semplicemente "passami la telefonata se chiama questo e non se chiama quello".

Oppure un altro tipico caso dove si tende a creare procedure è nella fase di consulenza vera e propria.

Tornando all'esempio della mia amica consulente di immagine lei aveva creato un questionario che consegnava ai suoi clienti, e grazie al quale riusciva a capire il tipo di immagine adatto ad ogni cliente.

Questa non è altro che una procedura.

Proceduralizzare in pratica significa trovare una soluzione ad un problema (per risparmiare tempo o fatica) una volta, e in seguito replicare lo stesso modus operandi per risolvere lo stesso problema (o problemi affini).

Questo è utile perché in buona sostanza ti fa risparmiare tempo e aumentare drasticamente l'efficienza.

Insomma: se dovessi trasportare un grosso peso, sarebbe meglio usare una ruota non trovi?

E "inventata la ruota una volta", ogni volta che dovrai trasportare un peso non ti porrai più il problema, ma userai nuovamente la stessa ruota già inventata in precedenza.

Ho usato a proposito questo esempio per farti riflettere su una cosa: quando dico che è importante il pilastro uno considera questo: come sarebbe se la ruota non esistesse, e avessi dovuto inventarla da zero?

Questo te lo dico per farti riflettere sulla possibilità che tu, studiando materiali di marketing particolarmente selezionati, possa trovare non solo informazioni importanti a livello strategico, ma magari anche procedure già realizzate che ti consentiranno di fare le cose prima, con meno tempo e maggiori risultati, magari imparando dall'esperienza di qualche collega!

Tuttavia ancora una volta il consulente medio tende a non porre sufficiente attenzione alle fasi che sarebbe più importante proceduralizzare, proceduralizzando invece quelle meno importanti (come tipicamente accade con l'assistenza clienti).

Invece prova a pensare: non sarebbe particolarmente efficace fare in modo, ad esempio, di non dover essere più tu con il tuo tempo a dover acquisire clienti...

... ma invece fare in modo che siano i clienti a contattare te, in modo totalmente automatico?

Questo è un esempio REALE di cosa si può fare utilizzando le giuste strategie di marketing, e trasformandole in procedure nel tuo business di consulenza.

Se dovessi mettere in pratica una procedura simile, in pratica accadrà anche a te quello che accade oggi a me: saranno i clienti a cercare te, non più tu a dover rincorrere loro!

Avrai senz'altro già notato come creare una procedura in questa fase, quella dell'acquisizione clienti, avrebbe liberato anche il mio ex datore di lavoro quasi del 30% del tempo della sua giornata.

Pensa: una strategia che lui avrebbe potuto imparare dedicando appena lo 0,4% del suo tempo annuale alla sua formazione!

Devi sapere infatti che oggi, sapendo come fare e avendo le giuste istruzioni e i modelli pronti, creare una procedura di acquisizione clienti libera quasi totalmente il tuo tempo (e la tua testa) da questo problema.

Questo perché una volta realizzata e messa in pista, è (quasi) totalmente automatica.

Richiede infatti un certo lavoro iniziale, ma successivamente sfruttando gli automatismi che internet consente (e non solo quelli!) ti permette di generare contatti commerciali senza nemmeno dover uscire dall'ufficio o alzare il telefono, e indipendentemente da quanta "storia" hai come consulente (e quindi da quante referenze possiedi).

Questo per inciso è il metodo che ho utilizzato anch'io per passare ad una velocità di molto superiore a quella dei miei colleghi dal quadrante due al quadrante tre.

Ma non solo!

La creazione di una procedura del genere porta anche altri innumerevoli vantaggi.

Uno dei quali è questo: poiché è il cliente che cerca te, e non tu che cerchi lui, sarà totalmente diverso il suo approccio nel richiederti la consulenza.

Non dovrai "svendere" il tuo tempo e il tuo lavoro, poiché la tua posizione in quanto contattato dal cliente sarà molto più forte di quella che sei abituato a vivere quando sei tu che ti proponi per primo.

Inoltre, creare una procedura di questo tipo, è il classico caso di procedura che, all'aumentare del numero di clienti che ti porta, NON ti richiede più tempo (se la fai nel modo giusto e strutturato, lo stesso che utilizzo anch'io).

Ora pensa al tuo caso specifico.

Come ti sentiresti se da qui a meno di 30 giorni da oggi potessi ricevere un flusso costante ogni mese di nuovi contatti commerciali interessati ai tuoi servizi di consulenza?

Come ti sentiresti se fossero loro a cercare te, e non tu a dover rincorrere loro?

Come sarebbe se tutto questo potessi farlo senza mai uscire dall'ufficio, e con la libertà di decidere a seconda del tuo livello attuale QUANTO vuoi spingere nella fase di acquisizione clienti?

Beh, tutto questo è davvero possibile nei prossimi 30 giorni.

Anzi: non esagero quando dico che una procedura come questa è addirittura realizzabile in qualche caso in poco meno di 3 ore (a patto di avere alcuni strumenti già pronti a portata di mano).

Ma al di là del tempo che ci vuole è una procedura che basta conoscere, saperla mettere in pratica, e il gioco è fatto.

E di strategie e procedure che possono aiutare un consulente, anche affermato, ad andare al suo prossimo livello, ce ne sono a decine.

Conoscerle ed applicarle fa veramente la differenza.

Ma per farlo è necessario un terzo ingrediente fondamentale.

Il più immateriale di tutti ma contemporaneamente uno dei più importanti.

E' il nostro pilastro 3.

### **Pilastro 3: mantieni un atteggiamento mentale corretto e impara a gestire il tuo tempo in modo efficace**

L'atteggiamento mentale è uno degli aspetti più importanti se vuoi passare al prossimo livello nel tuo business di consulenza, ma contemporaneamente uno dei meno tenuti in considerazione, perché "immateriale".

Io stesso faccio fatica a definirlo, anche perché personalmente non mi ritengo un esperto di atteggiamento mentale.

Per questo ci sono invece ottimi consulenti che fanno davvero il fatto loro (molti dei quali felici utilizzatori delle mie metodologie e oggi consulenti di nuova generazione).

Tuttavia voglio dirti cos'è per me l'atteggiamento mentale nel business della consulenza, e dirti come io mi impegno a mantenere un

atteggiamento mentale corretto per far crescere il mio business di consulente e contemporaneamente aumentare il mio tempo libero.

Atteggiamento mentale corretto per me significa tenere sempre presente questi 5 punti:

- 1) sapere sempre dove sei
- 2) sapere sempre dove vuoi andare e in quanto tempo vuoi arrivare
- 3) sapere perché ci stai andando (fondamentale!)
- 4) fare le cose che hai deciso di fare fino al raggiungimento del risultato
- 5) verificare e tenere traccia dei progressi con numeri precisi

E, al fine di arrivare davvero dove vuoi arrivare, aggiungerei qualche elemento relativo alla gestione del tempo:

- 6) Prima studia una strategia, poi mettila in pratica
- 7) Dedica il tuo tempo più produttivo a fare le cose che ti possono dare più risultati nel lungo periodo
- 8) Considera il tuo tempo come la tua principale risorsa e trattala di conseguenza.

**Atteggiamento mentale: un aspetto da ricordare in particolare.**

Se poi dovessi darti una pillola da ricordare in modo particolare che ti permetta di ottenere risultati riguardante l'atteggiamento mentale, ti direi: per prima cosa focalizzati su ciò che ritieni essere più importante.

In una parola: FOCUS.

Questa in pratica è la capacità che ti permette di applicare il pilastro numero uno di questo report.

Quello che voglio dire è che il mondo è pieno di consulenti che dicono: “sì, ho capito che questo è davvero importante per me”.

Ad esempio molte persone che leggono questo report avranno ormai capito che dedicare lo 0,4% del tempo in un anno allo studio del marketing può fare davvero la differenza nella loro vita e carriera.

A quel punto in molti proveranno a fare ciò che hanno deciso: cioè applicare la loro nuova strategia (studiare materiali di marketing selezionati almeno 3 ore al mese per un anno, e poi implementarne le conoscenze nei loro business).

Purtroppo però accadrà che una parte di queste persone ricadrà in una categoria piuttosto tipica: coloro che iniziano con entusiasmo, ma poi non perseverano abbastanza per ottenere risultati, oppure per ottenere TUTTI i risultati che avrebbero potuto ottenere.

Questo è tipico di chi inizia una nuova strategia, la fa per pochi mesi e poi la abbandona.

Di solito questo accade quando non sono chiari i MOTIVI per cui si fanno le cose. Chi rientra in questa categoria solitamente ottiene qualche risultato: ma solo una parte di quello che avrebbe potuto.

Paradossalmente rinuncia alla maggioranza dei risultati che può ottenere, per aver interrotto una strategia prima del tempo.

Infatti è noto che la maggior parte dei risultati li ottieni verso la fine del percorso, quando la sommatoria di tutte le piccole strategie messe in atto durante l'anno crea un effetto positivo composto, che supera gli effetti positivi presi singolarmente.

Per farti capire bene questo passaggio voglio farti un esempio.

Supponi che oggi ottieni in media 10 contatti di nuovi potenziali clienti ogni mese.

Di questi 10, in media 5 diventano clienti (hai il 50% di chiusure).

E ogni cliente ti rende circa 1000 euro di profitto.

Profitto totale a fine mese: 5.000 euro

Questa è una situazione piuttosto tipica per alcuni tipi di consulenti di successo del quadrante tre.

Ora supponi che nel primo mese di implementazione delle tue nuove strategie di marketing tu riesca ad aumentare il numero di potenziali clienti che arrivano del 60%.

Ti troveresti a quel punto ad avere 16 potenziali clienti.

Ne chiudi ancora il 50%, per cui questo mese hai 8 clienti, per un profitto di 8.000 euro.

Il mese successivo però impari un'altra strategia, che ti permette questa volta di aumentare la percentuale di chiusura.

Questa volta su 16 clienti, ne chiudi 10 (il 60% circa anziché il 50%).

Il tuo profitto passa così a 10.000 euro (10 x 1.000 euro).

Ma non è finita: supponi di scoprire altre strategie, nei mesi successivi, che ti permettono di alzare anche il profitto medio per cliente.

Invece di 1.000, 1.300 euro.

A quel punto a parità di tutto il resto otterresti 13.000 euro di profitto.

Come vedi la composizione delle strategie ha fatto passare il nostro consulente nell'esempio da 5.000 euro a 13.000 euro di profitto.

Tuttavia se il nostro consulente avesse abbandonato la sua strategia di dedicare attenzione al marketing dopo il primo mese, avrebbe rinunciato a 5.000 euro aggiuntivi ogni mese per il resto della sua carriera.

Ovviamente questo è solo un esempio con numeri inventati, ma spero abbia reso l'idea di come funziona un effetto "composto" nell'applicazione di strategie di marketing.

### **La perseveranza: un consiglio per ottenere risultati.**

Poi c'è da dire questo: questa categoria di consulenti che iniziano ma non finiscono, otterrà sicuramente più risultati di coloro che non iniziano nemmeno, o che magari si fermano alla prima difficoltà: ovvero rinunciano a mettere in pratica le strategie perché hanno un qualche problema (o una qualche "scusa" come sarebbe meglio dire).

Quest'ultima è la categoria che più di ogni altra fatica ad ottenere risultati: perché sono persone che si fermano al primo ostacolo, o alla prima difficoltà, e mancano di "perseveranza".

Ma, nel 90% dei casi, non è che queste persone siano meno intelligenti delle altre, o meno abili!

Invece, ancora una volta, è solo questione di metodo.

Infatti quello di chi tende ad abbandonare le cose alla prima difficoltà è un atteggiamento tipico di chi non ha un obiettivo chiaro, non sa dove sta andando o peggio ancora PERCHÉ ci sta andando

Il vero problema per queste persone è il non avere un valido "perché" tale da fargli mettere in pratica le informazioni di cui sono venuti a conoscenza.

Spesso la soluzione per chi tende a "non agire" o a fermarsi alla prima difficoltà, sta semplicemente nel chiarire i propri "motivi" per agire.

Ecco perché un consiglio che voglio darti è: trova i tuoi motivi per passare al tuo livello superiore (anche se sei uno che agisce e porta sempre a termine i propri obiettivi, questo esercizio ti sarà comunque utile perché ti darà più chiarezza e maggior focus).

Perché vuoi arrivare al tuo prossimo livello come consulente? Ok, per guadagnare di più e avere più tempo libero.

Ma poi che ci fai con i soldi in più? E con il tempo libero in più?

Non sarà un motivo sufficientemente valido dire: “voglio più soldi”.

Cerca dentro di te qualcosa di più efficace, una leva emotiva più forte, più concreta.

Ad esempio una delle cose che a me personalmente ha spinto a proceduralizzare il mio tempo e a gestirlo in modo più efficiente è stato voler ritagliare uno spazio in più per giocare con i miei figli.

Finché il tempo libero era “guardare la televisione” o “fare ciò che ho voglia” non mi ero mai messo all’opera per averne di più.

Ma non appena ho trovato un buon motivo, un motivo emozionalmente forte, tutto è cambiato.

Mi sono messo in moto davvero, e ho studiato nuove procedure per liberare il mio tempo, e le ho realizzate, nonostante qualche (normale) difficoltà nel farlo.

Conoscere se stessi e i motivi per cui si fanno le cose e FARLE con la disposizione mentale a produrre risultati, anche di fronte alle difficoltà, è, a mio parere, mantenere un corretto atteggiamento positivo.

Ed è esattamente quello che ti servirà per raggiungere il tuo prossimo livello come consulente.

### **Gestione del tempo: prima progetta, poi agisci.**

Ma mantenere un atteggiamento positivo è anche avere le idee estremamente chiare quando si decide di fare una cosa, anziché muoversi a tentoni.

In pratica: capire dove è importante dedicare il proprio tempo, e una volta che si è capito essere motivati a seguire ciò che si ritiene giusto (senza farsi sorprendere dalle emergenze continue che tutti noi affrontiamo tutti i giorni).

Pensa sempre all'esempio del mio ex datore di lavoro.

Lui aveva capito che era importante il suo tempo per la fase di acquisizione clienti: per questo si impegnava per dedicare una parte della sua giornata a questo.

Ma ci sono molti modi per gestire il proprio tempo!

Forse, con un po' di formazione in più, anche lui avrebbe potuto trovare altri modi ancora più produttivi per gestire il suo.

Ma di positivo lui ha avuto questo: ha deciso come impiegare il suo tempo, e ha portato avanti la sua decisione.

Ecco perché, anche con un metodo non proprio efficacissimo, è comunque diventato un consulente di ottimo livello, con un buon tenore di vita e una ottima reputazione.

Cosa che, purtroppo, non accade a molti consulenti che non ottengono quei risultati.

In poche parole l'aspetto più importante nella gestione del tempo si divide in 2 fasi: la progettazione e l'implementazione.

Progettare prima di agire ti permette di fare le cose con più velocità ed efficienza rispetto a "buttarsi" in qualcosa in cui non è tutto chiaro.

In ultima analisi: risparmi tempo e sei più efficace.

In pratica si tratta di evitare di far parte del gruppo dei "due tipi di falliti".

Questa dei “due tipi di falliti”, è una definizione che ho trovato in non so più quale libro, ma l’ho trovata interessante.

Dice più o meno così: “ci sono due tipi di falliti.”

“Il primo tipo sono coloro che agiscono senza pensare.”

“E il secondo tipo sono coloro che pensano, senza agire.”

Beh, devo dire che io, da bravo collaudatore, ho “sperimentato” entrambe le metodologie su di me, e devo dire che la cosa mi è servita.

Infatti oggi per me ottimizzare il mio tempo è soprattutto PRIMA pensare e studiare i giusti materiali, POI agire e mettere in pratica, fino al raggiungimento dell’obiettivo.

Questa attitudine è una di quelle che fa la differenza per passare di livello.

Sarà probabilmente così anche nel tuo business.

Ah, voglio darti anche un altro piccolo trucco che uso per mantenere un atteggiamento mentale positivo.

E’ semplice ma importante: scegli di frequentare, scambiare idee e opinioni solo con persone selezionate, che hanno obiettivi e ambizioni simili alle tue.

In effetti ho fondato un “Club” virtuale, chiamato “Acquire Clienti Club”, dove da un certo livello in poi possono accedere SOLO persone con un atteggiamento mentale positivo e produttivo.

In questo modo anche per me è più facile mantenerlo sempre, anche nei momenti dove normalmente sarebbe più difficile.

**Il mio tornaconto personale nello spiegarti queste 3 strategie.**

Bene, siamo giunti alla fine di questo report speciale.

---

[www.AcquireClientiClub.com](http://www.AcquireClientiClub.com) Più Clienti, Più Soldi, Più Libertà

Sono certo che avrai saputo cogliere anche tu l'importanza di mettere l'attenzione su questi 3 pilastri fondamentali per passare di livello nel tuo business di consulente.

Te li riepilogo velocemente:

- 1) Dedica il giusto tempo nello studio del marketing
- 2) Proceduralizza il tuo business e crea procedure che richiedono un tempo costante anche all'aumentare dei clienti
- 3) Mantieni un atteggiamento mentale produttivo e fai una corretta gestione del tuo tempo, dedicandolo alle priorità più importanti

Come ti ho promesso all'inizio probabilmente ora vorrai capire perché ho preparato questo report, e ho voluto svelarti queste 3 strategie così importanti, in modo completamente gratuito.

Beh, il motivo è semplice: per me, che sono un imprenditore – consulente del quarto quadrante, questo significa fare business.

In pratica mentre tu leggi io sto “lavorando” nell'educare nuovi potenziali clienti a diventare clienti (e spero che anche tu lo possa diventare e trarre così vantaggio dai miei corsi).

Infatti oggi una parte del mio business è automatizzata e riguarda la vendita del mio know how attraverso corsi di formazione digitali.

Quello che stai leggendo non è altro che un report informativo che in gergo tecnico si chiama “report di indottrinamento”.

In pratica ha la stessa funzione di quello che nella consulenza si chiama “preventivo gratuito”, o “analisi gratuita”, solo che è svincolato dal mio tempo come consulente.

Pensa di nuovo al caso reale: durante i famosi preventivi gratuiti il consulente dei primi 3 tipi solitamente spiega al potenziale cliente come

---

[www.AcquireClientiClub.com](http://www.AcquireClientiClub.com) Più Clienti, Più Soldi, Più Libertà

usufruire dei propri servizi, spesso fornendo anche delle soluzioni pronte al potenziale cliente, in modo da fargli assaggiare una parte del risultato fin da subito, e fargli capire la validità delle proprie metodologie.

Se fai attenzione in questo report è praticamente la stessa cosa: infatti questo report introduce alcuni degli argomenti che sono contenuti in un percorso molto più approfondito e completo, il club di consulenti di nuova generazione in Italia, chiamato “Acquire Clienti Club – Più Clienti, Più Soldi, Più Libertà”.

In quel “Club virtuale” insegno, insieme al mio collega Nicola Fiabane, come passare dal quadrante 1 al quadrante 4 nel business della consulenza, spiegando nel dettaglio procedure e attività necessarie per realizzare tutto quanto in pratica, passo passo e spesso utilizzando dei modelli già pronti all’uso e collaudati da noi personalmente.

Uno degli scopi di questo report ha la funzione di farti capire il valore di tale percorso nella tua carriera di consulente, facendoti assaggiare una (microscopica) parte delle informazioni, e facendotene capire la loro importanza.

Naturalmente all’interno del percorso “Acquire Clienti Club” ti verrà spiegato anche come (e perché) creare un report come questo anche per il tuo business, che sia utile al tuo pubblico e contemporaneamente renda un servizio a te che lo scrivi.

Questo ti sarà particolarmente utile soprattutto quando e se vorrai passare direttamente al quadrante 4, alla massima velocità possibile.

Ma all’interno del Club troverai anche tutta la procedura per arrivare rapidamente al quadrante 3, nel caso questo fosse il tuo obiettivo, la stessa che ho utilizzato io all’inizio della mia carriera.

**Per concludere: inizia adesso a porti degli obiettivi.**

Prima di lasciarti definitivamente, vorrei che iniziassi da subito a mettere in pratica quanto hai letto in questo report.

Infatti una buona abitudine dei consulenti più efficaci e veloci nel passare al livello successivo, è quella di mettere in pratica immediatamente le nuove procedure che ritengono efficaci.

Pertanto, se anche tu ritieni efficace quanto hai letto finora, ecco alcune domande su cui concentrarti e rispondere subito per ottenere il massimo risultato nel lungo periodo.

- In che quadrante ti trovi ora?
- In che quadrante vorresti arrivare entro 12 mesi?
- Perché vuoi arrivare proprio in quel quadrante? Rispondi in modo approfondito a questa domanda.
- Fra quanto tempo pensi di aver perfettamente integrato e compreso nel tuo attuale business di consulenza le 3 strategie contenute in questo report speciale? Secondo te è più corretto dire un giorno, una settimana, un mese o un anno?
- Quanto aumenterà il tuo fatturato nei prossimi 12 mesi, grazie alle strategie che hai appreso finora in questo report gratuito?
- Se oltre a queste strategie introduttive inserissi altre strategie più pratiche e specifiche per le tue esigenze, in particolare quelle di [AcquireClientiClub.com](http://AcquireClientiClub.com), quanto pensi potrebbe alzarsi ulteriormente il tuo fatturato? Rispondi in modo realistico, ipotizzando l'impatto che a tuo parere strategie molto più avanzate di quelle che hai trovato in questo report potrebbero darti come aumento di prestazioni.

- Ora fissa un nuovo livello di reddito che raggiungerai entro 3 mesi da oggi, grazie alla implementazione di comportamenti diversi rispetto a quelli fatti finora.
- Fissa ora un nuovo livello che raggiungerai tra 12 mesi da oggi, e poi tra 24 mesi da oggi.
- Ora, accanto ad ognuno di questi livelli, definisci la quantità di tempo (ore lavoro) che mediamente pensi riuscirai a liberare rispetto a quanto lavori oggi.
- Ora cerca di capire i motivi per cui vuoi tutto questo. Cosa farai con i soldi in più? Cosa farai con il tempo libero in più?
- Definisci ora alcune strategie che ti consentiranno di mantenere un atteggiamento positivo e una corretta gestione del tuo tempo. Dove troverai persone che possano potenziarti e condividere i tuoi obiettivi? Come terrai traccia dei progressi?

Non sottovalutare queste domande, sono domande potenti perché ti possono dare una direzione precisa da seguire nei prossimi giorni per aiutarti a salire verso il tuo prossimo livello.

Inizia ad agire subito, rispondi adesso a queste domande.

Quando avrai fatto chiarezza di cosa vuoi, perché lo vuoi e come lo otterrai, sarà solo questione di tempo... e sarà finalmente tuo.

Per altri aggiornamenti e novità ti invito a visitare:

[www.AcquireClientiClub.com](http://www.AcquireClientiClub.com) *Più Clienti, Più Soldi, Più Libertà*

### ***Per rimanere aggiornato su Giulio Marsala...***

Infine, se desideri restare aggiornato sulle novità e le ultime scoperte di “marketing scientifico”, puoi seguirmi in questi siti:

- Il mio blog [www.GiulioMarsala.com](http://www.GiulioMarsala.com) (dove trovi vari aggiornamenti dal mio “mondo” di imprenditore del web).
- Il blog dei corsi lanciati con Nicola: [www.AcquireClienti.com](http://www.AcquireClienti.com) (qui ci sono le aperture delle porte dei nostri corsi multimediali, più spesso metodologie di marketing che offriamo gratuitamente).
- Il sito [www.AdWordsVincente.com](http://www.AdWordsVincente.com) (il punto di riferimento sulla formazione indipendente su Google AdWords, uno degli strumenti più efficaci per la prima fondamentale fase: farsi trovare con internet).
- Il mio profilo su Twitter: [www.Twitter.com/giuliomarsala](http://www.Twitter.com/giuliomarsala) (dove periodicamente posto qualcuno dei miei “pensieri in libertà”, spesso dal cellulare mentre sono in giro...)
- Il mio profilo su Facebook: [www.FaceBook.com/giuliomarsala](http://www.FaceBook.com/giuliomarsala) (dove scopri qualche mia foto con amici imprenditori, con la famiglia e altre “morbose” curiosità ;-)).

### ***Per conoscere meglio il mio collega Nicola Fiabane...***

- Il blog di Nicola [www.VeniceMarketingReport.com](http://www.VeniceMarketingReport.com) (Fantastico! Lo seguo anch’io!)
- Il sito [www.Lemonfour.it](http://www.Lemonfour.it)
- Il profilo di Nicola su Twitter: [www.twitter.com/nicolafiabane](http://www.twitter.com/nicolafiabane)
- Il profilo di Nicola su Facebook: [www.facebook.com/nicolafiabane](http://www.facebook.com/nicolafiabane)

- Il sito con il corso sull'efficienza e l'efficacia per piccoli imprenditori e consulenti marketing di Nicola: [www.Marketing8020.com](http://www.Marketing8020.com)

Un saluto e in bocca al lupo con l'acquisizione clienti per la tua azienda con [AcquireClienti.com](http://AcquireClienti.com)

Giulio