



## LO SVILUPPO DEL CAPITALE RELAZIONALE

### **Premessa e obiettivi di apprendimento:**

Lo sviluppo della carriera professionale dipende sempre di più da una variabile fondamentale, il cosiddetto *Capitale Relazionale*. La costruzione di un buon capitale relazionale – e la conseguente trasformazione in un vantaggio competitivo – passa necessariamente attraverso la costruzione – prima – e il governo – poi – di *Relazioni di qualità*.

La “dimensione” relazionale è considerata perciò un fattore critico di successo attraverso il quale si attivano contatti, si gestiscono rapporti, si crea e si mantiene la fiducia, si ascolta, si esercitano strategie per il trasferimento efficace di informazioni.

Ma la creazione, lo sviluppo e la cura del *Capitale Relazionale* è combinazione di numerosi fattori, quali possono essere l'intensità emozionale, la fiducia, la gestione del tempo e il coinvolgimento del cliente in attività-evento che richiedono un approccio più strutturato e proattivo, che trascende dallo sforzo isolato sul singolo contatto.

Credibilità e rispetto si acquisiscono nel tempo e la *Reputazione* diviene in tal senso l'*asset* di maggior valore di un professionista.

L'intervento formativo ha lo scopo di suggerire metodologie per sviluppare il portafoglio clienti ed accrescerne la fidelizzazione.

Nello specifico:

- Pianificare e programmare le attività di sviluppo del proprio Capitale Relazionale;
- Creare un atteggiamento mentale “*referral*”

### **Temi chiave:**

#### **1. Il Capitale relazionale nell'economia del Ciclo Professionale:**

*Prima di entrare nel portafoglio di un cliente bisogna entrare nel suo cuore* e costruire una relazione basata sulla fiducia e sulla credibilità professionale. Il capitale relazionale è una ricchezza e contribuisce giorno dopo giorno ad esprimere il valore del professionista. L'acquisizione di un nuovo cliente, ancorché frutto di referenza, non è né scontata né facile e il suo mantenimento è frutto di un processo consapevole, complesso e prolungato nel tempo. La chiave del successo nella fornitura di servizi, soprattutto quando si parla di servizi intangibili e basati sull'esperienza e sulla competenza, è sempre legata all'abilità di individuare e mobilitare l'energia delle persone, in particolar modo quando poi devono essere rappresentanti o garanti delle nostre abilità professionali.

Affronteremo questa prima parte ponendo il *focus* su:

- La costruzione della relazione d'affari;
- La fiducia: valore portante della relazione d'affari;
- La cura della relazione d'affari e della reputazione professionale;

#### **2. La creazione di un atteggiamento mentale “*referral*”:**

“Programmare” in concreto un programma *referral* impone una serie di attività.

Il primo passo consiste nell'analisi del portafoglio e nella sua segmentazione (*alberatura*), che deve essere funzione sia del livello di relazione che delle potenzialità del *network* che il cliente rappresenta. A questo segue la progettazione e la programmazione di una serie di modalità tecniche di approccio (diretto o indiretto) che, opportunamente strutturate, siano congeniali e coerenti con l'esperienza e il sistema di credenze/valori del cliente.

Svilupperemo questa seconda parte ponendo il *focus* su:

- Il *referral program*
  - *Organizzazione*: analisi del portafoglio e alberatura referral;
  - *Relazione*: misura del grado di fiducia ed intensità della relazione con il Cliente
  - *Metodo*

**Durata: 4 ore**