

Non tutti i Commercialisti sono impediti col Web

di [Mario Alberto Catarozzo](#)

Pubblicato il 15 Gennaio 2020

Come abbiamo raccontato durante i nostri eventi con Mario Catarozzo, la presenza dei Commercialisti e degli altri professionisti sul Web sta diventando sempre più importante, anche per intercettare nuovi clienti.
Ecco alcuni utili spunti per la presenza dello studio professionale sul web.



I professionisti hanno la nomea di essere tradizionalisti, ancorati al passato e poco inclini alle novità tecnologiche. Uno dei traumi dei commercialisti - soprattutto dei collaboratori - è ad esempio il cambio del software gestionale, che crea spesso situazioni di panico.

Ma a parte gli scherzi, i commercialisti - in linea generale - non sono certo coloro che brillano di più nell'uso del web (non ne parliamo proprio di avvocati e

anche dei consulenti del lavoro).

Basta che vi avventurate in una ricerca fatta con Google per scoprire siti Internet da mettersi le mani nei capelli: tutti uguali, zeppi di contenuti, spesso non aggiornati.

Di bello, elegante, e stiloso nei siti di uno studio di commercialista c'è ben poco, considerando il panorama che si vede sul web.

Non parliamo poi delle immagini dei siti: penne, soldi, calcolatrici, codici, mani che si stringono, numeri, scrivanie vuote.

Insomma di strada da fare ce n'è davvero tanta.

Raramente, ma non mancano, ci possiamo imbattere in un commercialista che ha avuto fegato e ha sfidato le sabbie mobili dei luoghi comuni, trovando siti ben fatti, eleganti e anche originali.

Ma sono davvero pochi.

Per potersi garantire una presenza sul web adeguata, efficace, occorre: sapere come fare, cosa si vuole, a chi ci si rivolge e quale messaggio vogliamo dare.

ma non solo.

Una volta che abbiamo un sito, si tratta poi di tenerlo aggiornato e, perché no, di [nutrirlo di contenuti che portino traffico al sito](#): articoli, video, news, ebook.

Si passa poi ai social network, da LinkedIn a Facebook a Twitter, per passare da Youtube e Instagram.

Ciascuno di questi ha un proprio valore e può rappresentare una risorsa, a patto di conoscerlo e saperlo utilizzare opportunamente.

Il web può quindi rappresentare anche per i commercialisti un'ottima risorsa di marketing e di business development se si conoscono le dinamiche, il linguaggio e si sa gestire in modo strategico questo universo digitale dalle immense opportunità.

Per questa ragione, dopo 25 anni di esperienza nel campo della comunicazione, del marketing e del coaching ho riassunto tutte le strategie, informazioni e consigli pratici in un corso di 3 giornate (1 al mese) **INNOVATION STUDIO** che affronta proprio questi tre temi:

1. la presenza sul web dello studio;
2. la gestione efficace dei social;
3. canali e strategie di business development.

Il corso parte tra pochi giorni a Milano, il 20 gennaio 2020 e sono aperte le iscrizioni per i professionisti che vogliono finalmente capire di più del web e di come utilizzarlo a supporto della professione.

Vai su <https://myp.srl/formazione/innovation-studio/> scopri il programma e iscriviti finché c'è posto!

A cura di Mario Alberto Catarozzo

Mercoledì 15 Gennaio 2020