Il rapporto tra commercialista e cliente: per cambiare le cose basta chiedere

di Assunta Incarnato

Pubblicato il 22 Febbraio 2024

Il ruolo del commercialista si è evoluto: da consulente imprenditoriale a esperto in adempimenti fiscali, con una riduzione del reddito pro-capite del 10% negli ultimi 15 anni. La soluzione non è più formazione ma offrire servizi che rispondano ai bisogni reali dei clienti, prevalentemente piccole imprese. Comprendere le difficoltà di queste imprese può guidare verso la proposizione di consulenze ad alto valore aggiunto, trasformando la contabilità in un servizio strategico per il successo dei clienti.

Evoluzione del ruolo del commercialista

In un precedente articolo abbiamo parlato di come il **ruolo del commercialista** sia **cambiato negli ultimi anni e decenni**: da punto di riferimento per l'imprenditore a figura professionale che spesso si occupa per lo più di adempimenti contabili e fiscali. I dati ufficiali, nonostante tanti proclami, lo confermano. Oltre il **60% del fatturato** della gran parte degli studi professionali è oggi costituito da **servizi contabili e fiscali di base**, e il reddito pro-capite degli iscritti, al netto dell'inflazione, è diminuito del 10% negli ultimi quindici anni. Più precisamente, nel 2022, il reddito medio dichiarato alle casse di previdenza ammontava a neanche 60.000 Euro, al lordo di imposte sul reddito e contributi previdenziali, quindi un netto di circa la metà. Credo che un commercialista meriti di più, se consideriamo il fatto che si tratta di figure professionali estremamente preparate. Pensiamo soltanto a tutti gli esami universitari che abbiamo dovuto sostenere. Mi sono laureata presso l'Università di Trento con lode con una tesi di ricerca, e ho sostenuto esami di contabilità, ma anche di finanza aziendale, marketing, operazioni straordinarie, analisi di bilancio, statistica, diritto industriale, etc.. Inoltre, dopo la laurea ho investito tantissimo tempo e denaro in corsi di alta specializzazione professionale, alcuni tenuti dai più noti enti di formazione in Italia. Questo è stato il mio percorso, e credo che il tuo non sia stato da meno. Quindi, **non**

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

credo che la soluzione ai problemi di molti commercialisti stia nella maggiore formazione. Anzi, ne abbiamo accumulato fin troppa.

Identificazione e soddisfazione dei bisogni dei clienti

Il problema qui è un altro, ed **è imprenditoriale**, ossia **offrire servizi che effettivamente i clienti vogliono, e per i quali sono disposti a riconosce, senza discutere, il compenso richiesto**, in quanto utili ai loro scopi. Cominciamo quindi a capire meglio quali sono i nostri clienti. **Il 95% delle imprese in Italia sono microimprese**, ossia fatturano meno di due milioni di Euro e occupano meno di nove collaboratori: sono quindi realtà molto piccole, spesso imprese di fatto familiari, e **che generalmente fanno molta difficoltà a crescere**. Stiamo parlando di artigiani, commercianti, liberi professionisti: tra questi, per esempio, anche pizzaioli, elettricisti, negozianti, fotografi, personal trainer, etc.. Sono persone che hanno aperto la partita IVA per poter esercitare la propria attività in autonomia, ma non hanno studiato economia all'università come noi: è naturale quindi che debbano affrontare molte difficoltà ogni giorno, e la contabilità e gli adempimenti burocratici, ovviamente, è l'ultimo dei loro problemi. Più precisamente, devono capire come promuoversi, come acquisire clienti, come proporre servizi e prodotti con margini positivi e non lavorare in perdita, come organizzare il personale, come leggere i numeri. Cose che per noi forse sono banali, ma per loro fa la differenza tra un'attività che funziona, e una che abbassa le serrande.

Strategie per servizi di consulenza ad alto valore aggiunto

Quando ho cominciato a **capire i bisogni dei** miei **clienti**, ho deciso di **dedicare** il mio **tempo ad argomenti più interessanti per i** miei **clienti**, che mi consentissero di fatturare servizi di **consulenza ad alto valore aggiunto**. Ti invito allora a fare quello che ho fatto io qualche anno fa:

- prendi la tua lista clienti, e ascolta, anche grazie a una **chiacchierata informale davanti ad un caffè**, quali sono i **problemi e i desideri dei tuoi clienti**.
- dopo il caffè torna in ufficio, **prendi nota** di quello che ti è stato detto, e **predisponi una statistica dei problemi più sentiti e diffusi**. Aumentare il fatturato? Aumentare il numero dei clienti? Avere maggiore controllo dei numeri? Tutte le risposte possibili sono corrette.
- **seleziona i problemi più sentiti ed elabora**, considerando le tue competenze professionali specifiche, nuovi servizi di consulenza da proporre ai tuoi clienti. Molto probabilmente, è proprio quello che stanno aspettando da te.

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Nello scorso articolo ti facevo un esempio pratico di come le tue competenze in materia di contabilità e bilancio possono essere facilmente riutilizzate offrendo, in aggiunta o in sostituzione ai servizi base, percorsi di consulenza di analisi e ottimizzazione della situazione contabile e dei principali indicatori economici e finanziari. Puoi prenderne spunto. Spero che questo articolo ti sia stato utile, grazie per averlo letto fin qui. Per il momento è tutto. In un prossimo articolo approfondiremo meglio l'argomento....

Assunta Incarnato Giovedì 22 febbraio 2024

Se vorrai approfondire bene (benissimo!) la tematica dei modelli di business e strategia aziendale, abbiamo organizzato un webinar, molto approfondito ed intensivo, che potrai seguire in diretta e nel corso del quale potrai chiedere informazioni ed approfondimenti direttamente ad Assunta Incarnato....???

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Strategie efficaci per far crescere la tua impresa

Business Strategy Workshop in diretta online

Venerdì 8/3/2024, ore 15:00 – 18:00

Relatore: Assunta Incarnato

Programma

Alla base di un'impresa sana c'è un **modello di business profittevole**, in grado di **creare valore aggiunto** e ricchezza sia per i clienti, sia per i collaboratori e i fornitori, ma anche ovviamente per chi l'impresa la gestisce. Questo vale anche per chi si mette al servizio degli altri utilizzando le proprie competenze e la propria professionalità, come appunto i **liberi professionisti**, i **consulenti aziendali** e quindi anche i **commercialisti**. In questo Workshop andremo ad indagare insieme ad **Assunta Incarnato**, consulente in Strategia aziendale, i **7 pilastri di un'impresa di successo**:

1. **Analisi dei bisogni del cliente**
2. **Analisi della concorrenza e vantaggio competitivo**
3. **Sistema di offerta**
4. **Organizzazione interna**
5. **Analisi del Macroambiente**
6. **Numeri**
7. **Strategia**

Perché incontrarci online?

1. Perché alla base di un'impresa che cresce c'è il suo Modello di Business, Numeri, Strategia (e vale anche per i liberi professionisti).
2. Perché le imprese hanno un enorme bisogno di consulenza (strategica).
3. Perché un libero professionista ha usualmente grandi punti di forza (laurea in Economia, lista clienti su servizi base, rapporto di fiducia preesistente NON sfruttati).
4. Perché non si può aspettare.

L'ISCRIZIONE INCLUDE:

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D