

Passaparola off line e passaparola on line per l'attività del commercialista

di [Mario Alberto Catarozzo](#)

Pubblicato il 23 Gennaio 2012

Alcuni suggerimenti ai commercialisti e consulenti fiscali su come utilizzare nuovi (e vecchi) mezzi di comunicazione per farsi conoscere al meglio.

Come nella tradizione dei rapporti interpersonali, anche sul web il passaparola mantiene lo scettro di principe della comunicazione efficace. Provate a pensare ai viaggi, per esempio, l'abitudine è di leggere le recensioni di chi ci è stato prima, di cercare notizie in un forum o in un blog.



Insomma l'esigenza numero uno da colmare, nella realtà e nella digitalità dei rapporti, resta la fiducia. Abbiamo bisogno di rassicurazione di poterci fidare, di tranquillizzarci che è la scelta migliore quella che stiamo compiendo. Ma se così è per i viaggi, altrettanto – e a maggior ragione – lo è per la scelta di un professionista a cui affidare i nostri interessi e problemi.

Il web non può certo sostituire il rapporto di persona.

Ciò che fa è aumentare enormemente le possibilità che questo rapporto nasca.

Detto in altri termini, bisogna fare attenzione a dire con tanta certezza che sul web non si cercano professionisti, che, come avvenuto in passato, anche per il futuro conterà il passaparola del direttore di banca, dell'amico e del cliente soddisfatto.

Certo questo non svanirà da un momento all'altro, ma è già in atto da tempo, e ora i tempi sono maturi, per un poderoso passaggio sul web di tale pratica.

Sul web però passaparola vuol dire viralità, con tutta la potenza e la velocità di questo strumento. Potrebbero essere migliaia, decine di migliaia gli utenti web che in un solo giorno leggono un vostro articolo, leggono un comunicato stampa, guardano un video o ascoltano un podcast che avete messo in Rete.

Leggo oggi, leggo domani e quella firma mi diventa familiare, quel commercialista è come se cominciassi a conoscerlo e nel momento di necessità...ecco che può diventare il professionista a cui rivolgermi, lo contatto, via mail, via telefono e prendo un appuntamento per andare a conoscerlo e poi...sapete bene da lì in poi come si instaura la relazione col cliente. Bisogna seminare bene, con costanza, con calma e i frutti arriveranno. Ho nonni contadini nel sangue e so cosa significa.

Diceva mia nonna (traduco per i non partenopei) che "chicco a chicco si fa la macina", riferendosi al raccolto delle olive. Anche oggi, come un tempo bisogna saper seminare i rapporti, coltivare le relazioni con i clienti, fidelizzare sul lungo periodo, avere una vision di progetto e un piano degli strumenti da utilizzare.

A differenza di un tempo, oggi, non si può andare a caso, a braccio, perché intorno a noi il mercato è cambiato e la professione ne sta seguendo le sorti.

Insomma fondamentale oggi conoscere gli strumenti di comunicazione, impostare un piano di comunicazione, anche semplice, ma non improvvisato. Va creato un clima di studio positivo, vanno create deleghe fiduciarie ed esecutive in studio, va fatto crescere insieme a noi il team di lavoro, va condiviso il progetto professionale con tutta la squadra. Vanno oggi conosciuti gli strumenti che la Rete ci offre e utilizzati con saggezza e furbizia. Queste competenze, oggi, il professionista non può non averle. Se un tempo bastava avere la laurea e aggiornarsi, oggi bisogna formarsi, in continuazione e su tematiche diverse.

Avete presente cosa può fare uno commercialista in termini di comunicazione con Twitter? Oppure con LinkedIn o Facebook? Siete consapevoli di quali potenzialità potete sprigionare? E all'opposto, siete consapevoli di quali danni possono derivare alla vostra immagine da comunicazioni poco curate? Sì? Allora continuate, siete sul pezzo.

Avete idea di cosa vuol dire accompagnare un commento con un video? Avete mai preso in considerazione la creazione di un App per smart phone e table con cui comunicare i contenuti ai vostri clienti attuali e prospect?

Di questo e di molto altro parleremo nel corso del 9 febbraio su Commercialista Telematico e sul corso che a breve seguirà sulla Comunicazione dello studio commercialista sul Web.

Comunicare dentro lo studio professionale, con i collaboratori, col personale di segreteria: delega, feedback, brainstorming, riunioni, pianificazione, empatia, e comunicare fuori dallo studio: sul web e fuori dal web, comunicati stampa, newsletter, sito di studio, negoziare col cliente, trasmettere l'immagine dello studio e molto altro. Che dite, vi è utile o sapete già tutto?

Sento già molti dire "non ho tempo", "non mi interessano queste cose", "ho già tanti clienti"...ricordate i dinosauri? Ne vedete ancora qualcuno in circolazione? Bene, anche loro credevano di essere al sicuro e immuni da ogni cambiamento e invece...

23 gennaio 2012

Mario Alberto Catarozzo