
Il rapporto professionista-cliente: farsi capire e apprezzare

di

Publicato il 10 Giugno 2017

il rapporto professionista-cliente è sempre più complesso perchè spesso è difficile far percepire la difficoltà del lavoro richiesto ed ottenere un equo compenso. Pubblichiamo volentieri i pensieri di un nostro lettore, e restiamo in attesa di altri interventi in merito

Nell'era di internet, dove l'informazione viaggia su facebook, i rapporti si tengono via whatsapp, le vacanze si prenotano su booking, e del dove "se non c'è su google non esiste", anche il rapporto tra cliente e professionista è cambiato.

Ormai, luogo comune è che *del professionista si possa fare a meno*.

Grazie al web tutti sono diventati onniscienti: dal medico si va con l'auto-diagnosi già fatta perchè la laurea in medicina non serve, basta informarsi su wikipedia! E perchè andare dall'avvocato quando da una ricerca con google si sa di "aver ragione"? Anche dalla tv giungono spot, anche istituzionali, coi quali si spiega che per tutto basta un click, quindi perchè rivolgersi da un professionista?

Già, risuonano nelle orecchie le dichiarazioni di alcuni funzionari secondo cui sarebbero proprio i professionisti ad impedire un rapporto diretto tra "cittadini ed ente", la lentezza dei processi, d'altro canto, è colpa degli avvocati... a detta di chi un piede in un tribunale non l'ha mai messo...

E poiché queste figure non servono, ci si può stupire oggi di ricevere richieste di preventivi gratuiti, che in realtà altro non sono che richieste di consulenza a costo zero, dove, forse, in seguito, la contabilità o altro verrà affidato allo studio che risponde?

La risposta è no.

Si deve subito sottolineare che di ciò, in prima battuta, non può farsi una colpa al cliente, “all’uomo comune”, dove *uomo comune* è ognuno di noi quando si trova al di fuori del proprio settore.

Quando una materia non la si conosce perché nella vita si fa altro, non ci si rende conto di come una risposta che sembra apparentemente banale richieda, in realtà, uno studio anche approfondito, e soprattutto di come quella risposta possa variare di caso in caso a seconda anche di alcune informazioni di base.

Scegliere con quale forma societaria aprire un’attività è un abito che si cuce su misura a seconda del tipo di cliente, della sua storia anche personale, del tipo di attività e a volte anche di luogo geografico, alcune materie sono regolate in modo diverso da regione a regione.

Orbene, non si può pretendere che un profano della materia societaria o contabile abbia immediata percezione di tutto questo: occorre spiegarglielo!

Nell’era del *tutto a portata di click*, a volte, non ci si immagina che se non si approfondisce bene che tipo di prestazione si vuol fare, verso chi, e se in Italia, in Europa, oppure extraUE, anche la “semplice” sottoposizione ad Iva o meno della prestazione ha come unica risposta corretta: dipende!

È questa, in poche parole la vera sfida per il professionista: far capire che ogni situazione è un caso a sè.

Occorre spiegare, quindi, che ogni richiesta di preventivo gratuito risulta fallace, o peggio non veritiera e corretta, se non preceduta da una fase di consulenza sul caso concreto, con valutazioni e scelte che cliente e professionista devono ponderare insieme.

Una consulenza seria può evitare tante situazioni spiacevoli, ed è proprio facendo capire questo, dimostrando anche di lavorare con serietà che si deve chiedere, giustamente, la remunerazione per il proprio lavoro.

Occorre far capire, con serietà e fermezza unite ad un pizzico di diplomazia, che un appuntamento con un professionista non sono “quattro chiacchiere al bar” e l’importanza che questo riveste.

Un grave errore è anche non parlare con il cliente storico che non si renderà mai conto di alcune situazioni e di quanto lavoro c’è dietro quelli che altrimenti vengono percepiti come “4 numeri”, o le famose "due righe"...

Far capire il proprio lavoro e la serietà di esso è la chiave per mettere il cliente in condizione fare le sue valutazioni che devono, ed è qui la sfida, andare anche al di là di meri ribassi dei compensi per attività magari apparentemente solo le medesime di sempre.

In tutto ciò, però, per onestà, una cosa si deve ricordare: si deve dare all’altrui lavoro il rispetto che si pretende per il proprio!

L’architetto, il geometra, l’avvocato ecc. sono anch’essi professionisti, per cui nel momento in cui si è clienti, professionalità e correttezza vorrebbero che si evitino frasi infelici come “*le tariffe sono state abolite*” o peggio atteggiamenti saccenti; chiedere delucidazioni è sicuramente lecito, un professionista lo sa, ma comportarsi come il “*nostro cliente che vuole tutto gratis*” deve far riflettere poiché non è coerente, e professionale, usare due pesi e due misure.

10 giugno 2017

Valerio Notte