

GESTIONE D'IMPRESA

di STEFANO DONATI

Il marketing è una questione d'amore

Gli affari riguardano le persone. Sì, perché è una persona che decide dove acquistare un prodotto o se affidarsi a un professionista piuttosto che da un altro. Ecco alcune idee per rimanere connessi più saldamente con le persone che seguiamo.

La gente ama parlare : raccontiamo ai clienti una storia utile o un aneddoto istruttivo, che potranno condividere con amici e conoscenti. Non vedranno l'ora di andare in giro a diffondere la novità per apparire persone interessanti e informate. La gente **trae ispirazione da consigli e avvertimenti che arrivano dalle persone di cui si fidano** . Quante volte abbiamo fatto un acquisto a cuor leggero grazie all'affidabilità della fonte dalla quale è arrivato il suggerimento? La notizia non deve avere necessariamente a che fare con la nostra attività, può riguardare anche questioni più generali. " *Sai quali precauzioni mi ha detto di adottare il mio commercialista, quando devo scegliere...* ". Può essere una questione che riguarda l'accensione di un mutuo, l'acquisto di una casa, la scelta di un'assicurazione previdenziale e in generale tutti quegli aspetti che implicano decisioni importanti. Sì, la gente ama parlare, soprattutto quando si accorge di **essere ascoltata con attenzione** .

La gente ama avere successo : bisogna trovare la strada per aiutare i propri clienti a superare le difficoltà e, in generale, a raggiungere i loro obiettivi. Normalmente questo risultato si consegue fornendo servizi e prodotti, ma questo lo fanno anche i nostri concorrenti. Abbiamo trovato un libro, una newsletter o un articolo significativo? Raccomandiamolo. Abbiamo intravisto una possibilità di business? Avvisiamoli. Sappiamo che c'è una conferenza o un webinar di loro interesse? Informiamoli dell'opportunità. La differenza con gli altri può essere costruita in quell'ultimo miglio che i nostri concorrenti non hanno voglia di percorrere.

La gente ama essere apprezzata : misuriamo la nostra attitudine a mostrare apprezzamento verso gli altri. Anche qualcosa di semplice come una nota di ringraziamento può fare un'enorme differenza su come facciamo sentire le persone. Questo è particolarmente vero quando chi riceve l'attestato di stima non se lo aspettava. " *Caro Giovanni, so che per te è stata ordinaria amministrazione, ma ci tengo a ringraziarti per avermi segnalato a...* ".

La gente ama sentirsi al sicuro : concentriamoci su come rendere i propri clienti attuali o potenziali più sicuri e a proprio agio. Il modo in cui si trasmette questa sensazione cambia in base al settore merceologico e alla professione esercitata. Cosa teme maggiormente l'imprenditore che si avvale di un professionista per curare aspetti contabili, tributari e fiscali? Lo sappiamo bene. Allora spieghiamogli cosa facciamo per **prevenire** e, nel caso, governare l'intrusione di " *ficcanaso* " indesiderati.

La gente ama risparmiare tempo : cerchiamo opportunità per aiutare i nostri clienti a fare di più in meno tempo. Ciò include lo **snellimento dei processi** per accelerare il passaggio di informazioni e documenti e la disponibilità di avere consulenze tempestive.

Il recente ricorso forzato ai *meeting online* ci ha fatto prendere dimestichezza con strumenti che utilizzavamo in modo poco efficiente. Non abbandoniamo queste nuove buone pratiche.

La gente ama essere rispettata : desideriamo tutti essere considerati clienti di serie A, anche quando sappiamo di non essere il miglior cliente di quel fornitore. " *Scusa se non ti ho chiamato come d'accordo, ma avrai intuito che non sono ancora riuscito a trovare...* ". Sì, certo che l'ha intuito, ma aspettava una chiamata che era stata promessa e non è arrivata. Che sciagura! Ci siamo comportati proprio come avrebbe fatto il CAF a 100 metri dalla sua azienda. Il marketing è questione d'amore: dimostriamo ai nostri clienti che sono sempre nel nostro cuore e non solo quando emettiamo fattura.