

GESTIONE D'IMPRESA

di **EROS TUGNOLI**

Videocall, strategie di primo approccio

L'appuntamento in chat o videochat non è una moda o una necessità passeggera e grazie la sua efficacia sta prendendo sempre più piede. Sostituisce l'incontro? Assolutamente, no: lo anticipa. Ecco alcuni accorgimenti.

Il titolare di uno studio professionale basa il rapporto con il cliente sulla fiducia. Fiducia che si conquisterà nel tempo ma solamente se il potenziale cliente diventa cliente. Oltre all'appuntamento, ora abbiamo a disposizione uno strumento, la videochiamata, che fino a pochi mesi fa era una modalità residuale, nel caso di **assoluta impossibilità di incontrarsi dal vivo**. Intendiamoci: la videocall non esclude il fatto che prima o poi professionista e cliente si incontreranno, ma crea ottimi presupposti per anticipare la concorrenza e aumentare quantità e qualità della clientela. Premesso che per essere convincenti la presenza fisica nell'incontro diretto è sicuramente più efficace, ma anche **la più costosa in termini economici e di tempo**, vediamo vantaggi e svantaggi di questa opzione.

Quando è ancora conveniente incontrare direttamente il cliente nel primo contatto:

- il professionista ha molto tempo a disposizione: un giovane che inizia la sua carriera, un periodo di crisi di lavoro, un calo di lavoro "stagionale", la scelta di dedicarsi in maniera prioritaria allo sviluppo dello Studio e alla ricerca di clienti;
- il cliente non ha dimestichezza con le videochiamate;
- il professionista non si è ancora formato all'uso disinvolto delle videochiamate.

Quando e perchè è utile la videochiamata nel primo contatto:

- permette di individuare il clienti "target", quelli meglio allineati con la specificità dello Studio, anche lontani da raggiungere;
- il professionista è impegnato anche su altri fronti, erogare consulenza, riunioni, gestire il personale, ecc.; la videocall ottimizza il tempo rimanente, riducendo il numero di appuntamenti diretti;
- se il professionista è in trasferta o in "vacanza", la videocall gli consente comunque di interagire con efficacia da qualunque parte del mondo, purchè esista una connessione web;
- è più facile ottenerla e poiché è utile a entrambe le parti, riduce le obiezioni quando si cerca di fissare il passo successivo;
- consente di preparare l'incontro decisivo in presenza, approntando documenti, dati, progetti, ecc.;
- la raccolta di informazioni è più efficiente: le videocall hanno in genere un ritmo più rapido rispetto agli incontri in presenza;
- la videocall può essere registrata: la si può rivedere e recuperare ulteriori informazioni perse nell'immediatezza. Per correttezza e cortesia, va chiesto il permesso all'interlocutore, spiegandogli queste motivazioni.

A questo punto, diventa importante eseguire una prima videocall "ottimale", per avviare il processo di trasformazione di un semplice contatto in un cliente dello Studio. Ecco alcuni obiettivi:

- stabilire una buona relazione con il cliente e innescare un processo fiduciario rapido e redditizio;
- fare un'ottima prima impressione, anche con la tranquillità e dimestichezza nell'uso dello strumento video;
- focalizzare meglio il cliente e capire le sue esigenze;
- generare l'interesse nell'interlocutore, stimolandolo e motivandolo a passare al passo successivo;
- se ci si rende conto che è una buona opportunità, fissate immediatamente l'appuntamento in presenza. Ma se non lo è, meglio sintetizzare e chiudere velocemente;

Per concludere, una mia previsione: **passata l'emergenza Covid**, questo strumento ci accompagnerà in molte altre comunicazioni: prima lo facciamo nostro, meglio è.