

GESTIONE D'IMPRESAdi **STEFANO DONATI****Come diventare insostituibili**

La missione principale è ottenere la fiducia dei propri clienti. Una volta ottenuta e facendo un ottimo lavoro, si potrà beneficiare del passaparola per allargarsi ulteriormente.

Una conversazione avuta con un mio caro amico mi ha tolto ogni residuo dubbio sulla **questione prezzo**. Sono sempre più convinto che **l'aspetto economico sia solo una delle tante caratteristiche di prodotti e servizi**. Ad alcune condizioni, però. Questo amico mi parlava di un giardiniere che si è proposto per fare manutenzione, con l'intento di soffiare il lavoro a un concorrente. Si è dunque dichiarato disposto a prendersi cura degli alberi e delle siepi che circondano l'abitazione, senza avanzare direttamente una richiesta economica per tale prestazione, ma lasciando decidere al mio amico l'importo. Il mio amico ha risposto di non essere interessato. Il giardiniere ha poi giocato la sua "**migliore carta**", dicendo che se avesse saputo quanto pagava attualmente per la cura del verde, avrebbe battuto quel prezzo. Il mio amico, ringraziandolo prima di congedarlo, gli ha ripetuto di non essere interessato. Proiettiamo questo caso sulla nostra attività e riflettiamoci solo per un attimo. Immaginiamo di **essere così preziosi per i nostri clienti, che non vorranno nemmeno conoscere le quotazioni dei nostri concorrenti**.

La domanda che mi pongo è: "**Quanto sarebbe facile per uno dei miei clienti sostituirmi con un altro?**". Per quando riguarda il nostro esempio, devo dire che le chance dell'intraprendente giardiniere erano pressoché nulle. Chi si prende cura attualmente delle siepi e degli alberi lavora per il mio amico da anni, sa esattamente cosa deve fare ed è molto affidabile. Quando a causa di una forte nevicata c'è stato bisogno di rimuovere un albero caduto, l'intervento è stato rapido. E' diventato insostituibile costruendo **fiducia, svolgendo un ottimo lavoro e rendendosi sempre disponibile**. Ha fornito indicazioni su come costruire un piccolo pergolato, privandosi del guadagno che avrebbe ottenuto realizzando direttamente l'opera, ma non credo sia stato un grosso sacrificio. Sapete perché? Perché ha un **sacco di clienti acquisiti con il passaparola**.

Emergono 2 insegnamenti importanti:

- **il modo migliore per diventare insostituibili è guadagnarsi la fiducia**. I bambini del mio amico erano piccoli quando il giardiniere fu chiamato per rimuovere quell'albero che stava bloccando la strada. Arrivò prontamente e non fece pagare alcun extra, quando avrebbe potuto sfruttare la situazione;
- quando un fornitore si guadagna la fiducia del cliente e fa un ottimo lavoro, **è normale che sia consigliato a parenti, amici e conoscenti**. Ogni imprenditore dovrebbe sforzarsi nel rendere la propria attività insostituibile, non solo per cosa fa, ma per come lo fa. Questo atteggiamento crea fedeltà, generando anche un flusso regolare di nuovi clienti.

Diventare insostituibili non comporta sforzi sovrumani. Nell'esempio riportato, la rimozione dell'albero ha fornito all'artigiano l'opportunità di farsi apprezzare, ma questo episodio è stato corredato **da anni di eccellente servizio, non da tariffe più basse**. E' un processo che riguarda le interazioni quotidiane che si hanno con i propri clienti; l'effetto combinato di molte esperienze positive. Ogni occasione dovrebbe essere vista come un'opportunità per aumentare il proprio valore agli occhi dei clienti. E' così che si diventa insostituibili. E' un' **attitudine che va costruita giorno per giorno**, perché se pensiamo di essere insostituibili, saremo presto rimpiazzati da qualcuno che ha più mordente di noi.

Allora, tornando alla domanda di apertura, chiediamoci quanto sarebbe facile per uno dei nostri concorrenti farci le scarpe. Se la risposta ci spaventa, facciamo qualcosa al riguardo oggi, domani e ogni qualvolta sarà possibile, al punto che i nostri clienti dovrebbero essere pazzi per abbandonarci.