

GESTIONE D'IMPRESA

di **EROS TUGNOLI**

Quando e perché è utile la video call nel primo contatto

Si sta diffondendo sempre di più una strategia di primo approccio al potenziale cliente. Non è una moda o una necessità passeggera. E data la sua efficacia, sta prendendo sempre più piede.

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

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 periodo di calo di lavoro "stagionale", la scelta di dedicarsi in maniera prioritaria allo sviluppo dello studio e alla ricerca di clienti.
- Quando il cliente non ha dimestichezza con le videochiamate.
- Quando il professionista non si è ancora formato all'uso disinvolto delle videochiamate.

Quando e perché è utile la **videocall** nel primo contatto

- Permette di individuare i clienti "target", quelli meglio allineati con la specificità dello Studio, anche lontani da raggiungere.
- Il professionista è impegnato anche su altri fronti: erogare la 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 e in qualsiasi condizione.
- E' più facile ottenerla e, poiché è utile a entrambe le parti, riduce le obiezioni quando si cerca di fissare il passo successivo.
- La **videocall** consente di "preparare" l'incontro decisivo in presenza, presentandosi con 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 da fissare:
 - stabilire una **buona relazione** col 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 allo step successivo;
 - se ci si rende conto che è una buona opportunità, fissare 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.