

GESTIONE D'IMPRESA

di **LORENZO LOSI****La gestione del cliente nello studio professionale è una danza**

Chi si rivolge a voi, ora più che mai, ha bisogno di un partner che li guidi ed è un dovere professionale presentarsi preparati all'occasione.

Il rapporto che lega lo studio professionale ai propri clienti è, concedetmelo, di **amore e odio**. Amore non solo per coloro che sono puntuali a pagare la parcella, cosa comunque apprezzabile oggi, ma anche e soprattutto per i tanti casi che hanno reso il professionista, in un momento o l'altro della sua carriera, **parte attiva del loro disegno di sviluppo professionale** e, di conseguenza, della loro vita. A riprova, il fatto che tanti rapporti sono tinti da note più o meno marcate di amicizia e che spesso venite interpellati in " *faccende* " che non vi riguarderebbero, se non nella misura in cui la vostra figura viene riconosciuta dal cliente come un **esperto attendibile e affidabile**.

Odio, perché la gestione di queste richieste, per alcuni clienti, si è fatta difficile. **Chiedono tanto e vogliono riconoscere poco**. Il professionista, per questioni di rapporti o di conoscenza della situazione economica aziendale, magari non positiva, è portato a fare concessioni, per poi però rendersi conto che queste hanno un effetto rilevante sui risultati conseguiti.

Certo, all'altro lato dello spettro, se volessimo esagerare, potremmo essere portati a pensare che una **gestione più " formale " del rapporto**, una **parcellazione perfettamente analitica** e un' **intransigenza per le eccezioni** siano la soluzione. Tuttavia, rapidamente ci rendiamo conto che un cambiamento di tale portata sarebbe troppo radicale, avrebbe delle conseguenze probabilmente devastanti sul rapporto con la clientela esistente e, in ultima analisi, non vi vedrebbe convinti. Probabilmente non è in linea con il vostro modo di essere o la vostra impostazione. Certamente una vocina nella vostra testa vi sta suggerendo che questa soluzione, oltre che inapplicabile, potrebbe rivelarsi troppo " *unidimensionale* ".

Ed è così. **Il cliente ha più di una sfaccettatura per lo studio**. C'è quella economica, c'è quella personale, c'è quella reputazionale e può addirittura intervenire la curiosità legata al seguire un caso particolare o professionalmente motivante. La mia lista, lungi dall'essere completa, è sufficiente a farci capire quanto realmente sia poliedrica la gestione di uno studio professionale, soprattutto se di piccole-medie dimensioni.

Ma qui intervenite voi, la vostra persona, che dovrà rivelarsi capace di cogliere queste sfaccettature e configurare la **soluzione più efficace per il contesto specifico**. A volte bisogna prediligere criteri economici, a volte investire sul rapporto, bilanciando le considerazioni legate al breve termine con quelle legate al futuro. Il mix corretto lo decidete voi, ma vi invito a farlo con consapevolezza, non seguendo la forza dell'abitudine o di ragionamenti troppo superficiali per risultare efficaci. Cosa vuol dire efficaci? Che vi soddisfino e che vi permettano di conseguire i risultati che desiderate.

Considerando le informazioni, aggiornando nel tempo la tattica, crescendo professionalmente e rendendo solida la struttura, **il professionista può fare leva sulla propria individualità per gestire correttamente il rapporto con il cliente**. Certo, essendo questo un rapporto anche " *umano* " come abbiamo detto, può avere evoluzioni impreviste, a volte sorprendenti, ma è proprio per questo che, se ben condotto, rassomiglia a una danza.

E quando il contesto si fa **sfidante**, aggettivo facilmente associabile al futuro del settore professionale, è importante munirsi di tutte le informazioni necessarie per condurre con consapevolezza il proprio partner, facendo attenzione a come cambia la musica e avendo anche, a volte, il coraggio di seguire l'intuito e correre un rischio calcolato.

Insomma, " *La vita non è aspettare che passi la tempesta, ma imparare a danzare sotto la pioggia* ".