

GESTIONE D'IMPRESA

di STEFANO DONATI

Spunti commerciali per studi professionali*In 4 passaggi chiave, come migliorare la propria strategia e ottenere più contatti.*

Il marketing digitale offre ai professionisti l'opportunità di aumentare il numero di clienti. Il ritmo di lavoro di questa categoria, tuttavia, concede poco tempo da dedicare alla promozione di servizi. Fermo restando che difficilmente un professionista vuole diventare un esperto di *marketing*, ci sono alcuni accorgimenti che possono essere adottati anche dai non addetti ai lavori. **Potenziare la presenza online tramite Google My Business** - Poiché viviamo in un mondo interconnesso, è importante che lo studio e i servizi proposti siano presenti in rete. *Google My Business* è un ottimo modo per promuoversi gratuitamente verso clienti potenziali. Un modulo di questo strumento mostra le informazioni dell'azienda come nome, numero di telefono, indirizzo, orari di apertura e servizi offerti. Questa piattaforma consente di includere foto dell'ufficio, creare una scheda che aumenta la visibilità e aiuta a creare fiducia verso lo studio. **Migliorare la reputazione tramite le recensioni dei clienti** - Dopo aver massimizzato la presenza online, bisogna concentrarsi sulla costruzione di un'immagine autorevole. Un modo semplice per migliorare reputazione e credibilità è sfruttare le recensioni dei clienti. Una buona recensione può aiutare a valorizzare il proprio lavoro e consente al mercato di capire cosa aspettarsi dai servizi proposti. Per questo motivo bisogna incoraggiare i clienti soddisfatti a scrivere una recensione positiva, perché è molto improbabile che ciò avvenga spontaneamente. LinkedIn è il social che si presta allo scopo. Non lo avete? E' il caso di provvedere a creare un vostro profilo a breve. Queste recensioni possono anche fungere da *feedback*, grazie ai quali si colgono suggerimenti dei clienti, molto utili per migliorare la qualità dei servizi. **Fare provare servizi privi di rischi** - Un altro modo per aumentare la disposizione dei clienti potenziali a saltare il fosso e accettare le proposte che arrivano dallo studio, è proporre servizi privi di rischi. Un'offerta priva di rischi offre ai clienti potenziali l'opportunità di provare qualcosa prima che debbano impegnarsi. Una compagnia che opera nel digitale ha messo a mia disposizione gratuitamente 10 Giga di spazio nel *cloud*. Per i miei ulteriori fabbisogni in area Web, perché mai non dovrei affidarmi a loro? Mi chiedo, senza sapermi dare risposta, quali pratiche migliorerebbero la mia condizione di partita Iva, se sfruttassi alcuni accorgimenti e quali rischi preverrei se adottassi certe precauzioni. Questo approccio consente ai clienti di prendere confidenza con un professionista, senza lo stress di impegnarsi contrattualmente. **Utilizzare annunci a pagamento** - Per massimizzare gli sforzi di *marketing*, va messo in conto anche qualche piccolo investimento. Gli annunci a pagamento aiutano a raggiungere segmenti di pubblico specifici e consentono di raccogliere rapidamente informazioni di dettaglio, utili a comprendere meglio i desideri dei propri clienti. In tanti utilizzano *Google Ads* per pubblicare gli annunci a pagamento e potere in questo modo esaminare le risposte del pubblico, tramite il cruscotto che questa piattaforma mette a disposizione. Le informazioni che si traggono da queste statistiche sono la base sulla quale fare considerazioni commerciali per progettare le promozioni future, perché permettono di perfezionare il messaggio, adattandolo ai bisogni reali del proprio pubblico. Il *marketing* è un processo organico, costituito da una serie di attività che rafforzano la presenza nel mercato e che devono essere implementate in un tempo ridotto. Seguendo questi passaggi, si può facilmente migliorare la propria strategia e ottenere più contatti per il proprio studio.