

GESTIONE D'IMPRESA

di **EROS TUGNOLI**

Il consulente del consulente

Il consulente, spesso titolare di uno studio professionale, si rivolge sistematicamente ad altri consulenti per farsi aiutare nello sviluppo del proprio studio?

I consulenti sono persone che, disponendo di specifiche conoscenze, aiutano gli altri a migliorare la loro vita, il loro lavoro, i loro risultati.

Parliamo di commercialisti, fiscalisti, avvocati, notai, architetti, ingegneri, informatici, esperti di organizzazione e management e tanti altri. E i loro clienti sono generalmente aziende di ogni dimensione e in tutti i settori; oppure semplici privati che hanno un problema da risolvere al meglio.

Perdonate l'estrema semplificazione, ma è importante per chiarire il punto di vista che vi propongo in queste righe.

Il titolare di uno studio professionale si rivolge a consulenti di settori diversi dal suo per sviluppare il proprio business? Ha la stessa elasticità mentale e fiducia che richiede ai propri clienti quando propone i suoi servizi, per esempio, a imprenditori che guadagnano 10 volte più di lui o ad azienda che fatturano 100 volte più del suo studio?

La risposta è estremamente frazionata, difficile fare una statistica media attendibile, poiché ci troveremo di fronte a **2 correnti di pensiero estremamente diverse**. Come dire che se metto la testa nel forno e i piedi nel frigorifero, ho la giusta temperatura media ideale...

La prima corrente di pensiero vede i **consulenti agire nella maniera ottimale**; quindi, si rivolgono regolarmente all'esterno per far crescere il proprio business.

La seconda vede i **consulenti impegnati ad erogare il proprio servizio senza curarsi** più di tanto della organizzazione e dello sviluppo della propria attività.

Per capire dove vi collocate (magari nel giusto mezzo, perché no?), esaminiamo le 2 situazioni.

Un consulente deve avere una buona competenza, ha studiato anni per farla propria. Ma non basta; deve **saper organizzare il proprio studio**, tenere d'occhio i "conti", saper trovare clienti, essere convincente nella proposta dei propri servizi, gestire le relazioni e saper fidelizzare i clienti. E se lo studio si allarga, ecco che diventa "imprenditore" e deve aggiungere altre conoscenze: **selezionare, gestire, delegare, motivare i propri collaboratori**.

Queste ultime competenze sono spesso **improvvisate** dai titolari di studio i quali, basandosi sulla loro elevata scolarizzazione e specializzazione, inconsciamente le ritengono tutto sommato "semplici"; quindi, l'intervento di un consulente è considerato superfluo.

Eccovi un campionario di **luoghi comuni** coi quali io e tanti miei colleghi esperti delle tematiche sopraindicate, ci siamo confrontati negli anni: "Vuole che non sappia come si organizzano i tempi di lavoro nel mio studio?" "Alle selezione e scelta dei collaboratori ci penso io, dopo 10 minuti ho già inquadrato la persona" "L'importante è dare un buon servizio, i clienti prima o poi arriveranno" "Basta spiegare bene i servizi dello studio, non occorre fare il venditore" "Perché delegare, chi meglio di me sa capire un bilancio?" "I clienti contenti, tornano" "Per fortuna alcuni professionisti ne hanno capito l'importanza e si circondano di altri specialisti di settore che, a necessità, gli aprono gli occhi sulle nuove tendenze di mercato e di direzione aziendale.

A volte il consulente trovato non si dimostrerà all'altezza, a volte non sarà propositivo.

Bene, **cambiatelo e cercate ancora**: là fuori c'è chi vi può davvero aiutare, occorre pazienza. Ma quando l'avrete trovato, farete un piccolo salto di qualità.

Come lo ha fatto quell'imprenditore un po' brontolone e burbero che a volte vi fa dannare, ma che ha trovato il consulente giusto: voi.