

GESTIONE D'IMPRESAdi **LORENZO LOSI****La camicia di forza dell'identità professionale e l'ombra del dominus**

L'imprenditore di successo guarda il mercato e capisce il modo migliore per soddisfare un bisogno. Questo promuove flessibilità e cambiamento. Se invece ci si identifica con un'idea precisa di cosa è un mestiere, cosa succede?

Un imprenditore, quando guarda il mondo, **cerca le opportunità**. Identifica il mercato che vuole aiutare e il problema che vuole risolvere per poi trovare soluzioni che siano anche profittevoli. Nel profitto d'impresa si materializza la possibilità di svilupparsi ulteriormente e di aiutare ancora di più il mercato.

E' facile intendere che **gli strumenti e le competenze** necessari a soddisfare un bisogno del mercato possono variare anche molto. Sia con il passare del tempo, per esempio perché la tecnologia apre nuove strade, sia con l'aumentare dell'esperienza dell'imprenditore, che nei casi più efficaci è strettamente legata alla continua analisi del riscontro ottenuto sul campo.

L'imprenditore che mantiene come priorità il cliente e i suoi bisogni è **naturalmente flessibile**. La tentazione di continuare ad applicare la propria formula, quella conosciuta e che magari ha funzionato negli anni passati è sempre alta, ma se non è la soluzione migliore oggi, per una questione di massimizzazione dell'opportunità, quella formula verrà rivista.

Si tratta di un'ottima **ricetta per il cambiamento** perché lo rende prodromico al raggiungimento dell'obiettivo, quindi diventa parte del DNA d'impresa. Nell'impresa che risulta flessibile e in continua evoluzione, le persone sposano la missione e si identificano con " *quelli che risolvono un problema* ", non con " *quelli che fanno una cosa* ".

Nello studio vale lo stesso ragionamento. Quelli che sono stati più rapidi, efficaci e felici di cambiare sono quelli che fin da subito hanno identificato la propria missione con il cliente. Fatturazione elettronica? " *Fantastico, potrò guardare dati che prima sarebbe stato impensabile analizzare!* " E' solo un esempio, ma in quanti lo hanno vissuto così? Ancora oggi, tantissime fatture sono mono-riga e riepilogative, seppur in versione elettronica, e ciò evidenzia la **rinuncia all'opportunità di una contabilità più analitica**. Sembra quasi che si aspetti che qualcun altro porti via il cliente proponendola. E non è una questione di prezzo, o di imprenditori che non capiscono.

Almeno in parte, credo che tanti dei limiti mentali che si pone il settore partano dall'attaccamento all'ideale di " **cosa dovrebbe fare lo studio** ", come dovrebbe funzionare, cosa dovrebbe fare il cliente e **cos'è un commercialista**. Capire in che misura questo è vero anche per te, potrebbe risultare cruciale per il tuo futuro. Infatti, devi considerare che potrebbe essere limitante avere un'ideale che non corrisponde a quello che meglio calza al mercato oggi. Tutti i professionisti hanno studiato e fatto la pratica con un esempio in mente, **hanno imparato da un dominus** e vissuto anni in un contesto diverso dall'attuale. Per questo, quando il mercato chiede cose diverse, o presenta complessità nuove, ci si trova spiazzati, non sapendo bene come queste si possano sposare con la propria identità professionale.

Quindi il risultato è una generalizzata staticità e passività in attesa che qualcosa cambi. E questo non per mancanza di voglia da parte vostra, ma piuttosto perché **credo dobbiate darvi il permesso di trasgredire** lo stampino da cui si è tratto forma e che mi sembra sia diventato, in alcuni casi, una camicia di forza. Bisogna tagliare l'ombra del *dominus* che oggi, più che darvi certezze, in tanti casi vi rende insicuri.

Si tratta di passare dalla tenuta della contabilità a una **strategia fiscale**, oppure verso un servizio amministrativo, fiscale e gestionale che il cliente possa apprezzare (e quindi pagare) per l'aiuto concreto ottenuto. Abbracciare la digitalizzazione. Riallineare quello che fai ai bisogni del cliente e sentirsi orgogliosi di comunicarlo al mondo. Imparare a vendere. Investire sulla struttura e le persone. Collaborare con i colleghi. Responsabilizzare i collaboratori. Sfida le radici per sviluppare nuovi rami, datti il permesso di cambiare e non aver paura di vederti in modo diverso, perché **i tuoi clienti non aspettano altro** e soprattutto perché come si lavora nel tuo studio, oggi, lo decidi tu.