

## GESTIONE D'IMPRESA

di **STEFANO DONATI****Conquistare un nuovo cliente al primo incontro**

*Sappiamo come funziona: la prima impressione è quella che conta. Per un professionista è quindi fondamentale farsi apprezzare sin dall'inizio da ogni cliente potenziale. Ecco alcune indicazioni per raggiungere un buon tasso di conversione.*

I commercialisti e i consulenti del lavoro acquisiscono spesso clienti che sono stati presentati loro da **conoscenze maturate nell'ambito professionale**, di conseguenza l'aspettativa di queste persone è alta perché ritengono di parlare con persone molto preparate. Quando si riceve una segnalazione è quindi d'obbligo richiedere **tutte le informazioni possibili su quella persona** per essere preparati circa gli argomenti sui quali verterà l'incontro.

Un'altra buona pratica è scandagliare le piattaforme presenti in Rete, per **scoprire dettagli anche di natura personale** su quel soggetto, per avere fin da subito un giusto approccio ed indirizzare l'incontro verso i propri obiettivi. LinkedIn e Facebook sono i 2 social di riferimento per scoprire attitudini, modi di pensare e personalità degli individui.

Anche l'ambiente gioca il suo ruolo. Un **ufficio organizzato e ben ordinato** è sintomo di professionalità; quindi, se l'incontro con un cliente potenziale avviene presso il proprio studio, meglio assicurarsi che i locali siano in ordine. Durante la riunione **il cellulare va tenuto preferibilmente spento o perlomeno in modalità silenziosa**: un telefono che suona continuamente distoglie l'attenzione dal cliente e questo crea un disturbo psicologico perché le persone pretendono la massima attenzione.

L'**abbigliamento** dev'essere curato e coerente col proprio ruolo. Un cliente che affida ad un professionista l'esercizio di pratiche aziendali deve sapere che la fiducia è riposta in buone mani. Bisogna quindi evitare di vestirsi in modo casual anche se l'incontro dovesse avvenire nel fine settimana o in situazioni mondane, come ad esempio in un circolo sportivo o ricreativo.

Un **atteggiamento positivo** fa la differenza. Chi sorride al primo incontro, contagia col buonumore e dimostra entusiasmo per la prospettiva di lavorare insieme. I bravi comunicatori sanno che va stabilito subito un contatto visivo, danno una stretta di mano decisa e ascoltano attentamente il proprio interlocutore.

E' necessario anche **assicurarsi di parlare in modo sufficientemente chiaro** per essere compresi anche da chi non ha titoli accademici. Usare il proprio gergo può creare distanza: se una persona fa fatica a capire, è difficile che si lasci coinvolgere.

Per quanto riguarda la **sfera persuasiva**, bisogna dare una certa risonanza emotiva ai messaggi. A questo proposito suggerisco l'uso delle tecniche immaginative: impariamo a descrivere uno scenario piacevole di ciò che lo aspetterà piuttosto che parlare di servizi che andremo a proporre.

Quando la conversazione vira sul tema delle **commissioni**, qualcuno si trova a disagio, ma affrontare l'argomento nel modo giusto aiuta a fare accettare la questione economica. I potenziali clienti cercano risposte franche e dirette. Bisogna quindi essere chiari sin da subito, evitando di occultare costi futuri, che finiranno inevitabilmente per creare risentimento.

Alla fine della riunione si dovrà fare un **riepilogo di tutti i punti toccati** che erano di maggior interesse per il cliente. In questo modo il nuovo cliente saprà di avere avuto attenzione e sarà certo che le sue aspettative troveranno riscontro. Prima di salutare il convenuto si anticipa che sarà **inviato un preventivo** e che comunque dovrà sentirsi libero di chiamare per qualsiasi domanda o dubbio dovesse insorgere.

Quando si incontra un cliente potenziale, ci si deve preparare accuratamente affinché quell'incontro non sia l'ultimo. Prendiamoci un po' di tempo per organizzarci al meglio e dimostrare a chi cerca un valido professionista, che sta riponendo la fiducia nella persona giusta.