RATIO QUOTIDIANO
Il commento e la critica delle più importanti notizie del momento

CONSULENZA AZIENDALE, COMMERCIALE E MARKETING

di LORENZO LOSI

Uno studio professionale realmente orientato al cliente

Come fare a sviluppare lo studio avendo come stella polare il cliente? Bisogna lavorare su più fronti.

Il presupposto e allo stesso tempo lo scopo di uno studio professionale è quello di fornire un servizio che risponda efficacemente ai bisogni del cliente. **I clienti sono soddisfatti** quando hanno un servizio che li rende sicuri, che crea o protegge il valore, che consente di pianificare limitando l'incertezza del futuro. Se sarai in grado di fornire ai tuoi clienti delle soluzioni efficaci, questi rimarranno con te per anni, ed è la chiave per la stabilità e la generazione ricorsiva di risultati. Non dimentichiamo poi la soddisfazione di seguire una persona o un'azienda nel tempo, supportandola nelle sue evoluzioni, nel far fronte alle sfide e nel conseguire risultati.
Il cliente rimarrà e non discuterà il prezzo se valuterà bene il servizio e qui è richiesta attenzione sia al cliente che alle sue pratiche. Per farlo puoi aiutare il tuo studio strutturando meglio le procedure, rendendole uno strumento concreto e un punto di riferimento per tutti nello svolgimento dell'attività.

Rendere procedurale anche la **gestione del cliente** , può fare tanto a livello di valore pratico e percepito: ogni quanto chiamarlo, quali informazioni sono per lui davvero rilevanti e quindi meritano un contatto dedicato, come puoi aiutarlo a pianificare e monitorare il lavoro con te e le scadenze che deve rispettare. Più agirai consapevolmente nella gestione del cliente, migliore sarà la sua opinione di te.
Lavorare sul **valore consegnato e percepito** permette di ridimensionare l'importanza del prezzo, che risulta essere un'altra componente da governare nella gestione del cliente, nello specifico una componente di primaria importanza.
Le migliorie al servizio presuppongono investimenti di risorse economiche e di tempo per essere realizzate, quantomeno quelle legate alla **formazione** e alla condivisione di una più aggiornata modalità di lavoro. Purtroppo, però, il 99% dei professionisti lamenta le troppe ore necessarie allo svolgimento delle attività. Ebbene, la chiave è quella di ritrovare le risorse che stai cercando nella razionalizzazione di quello che lo studio già fa, e lo puoi fare attraverso un sistema di controllo di gestione basato sulla pianificazione e la rilevazione delle attività.
Solo prendendo coscienza dei **tempi dedicati ad ogni cliente** sarà possibile garantire l'economicità della gestione. Se il cliente richiede troppe ore, allora bisogna sedersi con lui e parlarne, motivando con la chiara visibilità del servizio eventuali adeguamenti economici. In alternativa è possibile lavorare sul servizio, non facendolo scadere qualitativamente, ma rimodulandolo nelle modalità (fin che possibile) per soddisfare paletti economici *"imposti"* dal cliente.
Infine, è necessario dire che **non tutti i clienti possono essere gestiti,** alcuni sono casi in cui, all'evidenza dei dati e dell'approccio che hanno nei confronti dello studio, non è possibile lavorare bene. In questi casi, la paura è quella di non riuscire a sostituirli, ma è proprio il fatto che perdi tempo su di loro che ti impedisce di trovarne di nuovi, qualitativamente migliori. In questo ci vengono in aiuto i *social media* e la **comunicazione digitale,** che possono permettere allo studio non solo di sviluppare nuovi clienti, ma anche di selezionare quei casi che realmente permetteranno un lavoro fluido e di reciproca soddisfazione. Questo è un lusso che chi si basa solo sul passaparola non ha, ma è anche importante ricordare che una volta che la clientela è selezionata, allora anche le rese quantitative di questo vecchio amico (il passaparola) saranno notevolmente migliori.

Per ottenere uno studio florido hai bisogno di gestire i tuoi clienti, e il consiglio è quello di farlo a livello sistemico, ossia dotando la tua organizzazione di **meccanismi ripetibili** e prevedibili con cui puoi quotidianamente avere effetti positivi sui tuoi risultati.
Questo sarà la porta per passare dall'essere un tipico studio, al diventare un'azienda di servizi dai risultati eccellenti.

Riproduzione vietata - sabato 06 aprile 2024