

di EROS TUGNOLI

La "Lista": piano A o piano B?

A tenere una mailing list aggiornata, sono capaci in molti. Ma la Lista non è solo un foglio elettronico: sono persone vere, con le quali occorre parlare regolarmente.

Una professionista esperta di organizzazione aziendale e gestione amministrativa per le PMI (Anna, nome di fantasia), ha lavorato per circa 20 anni "su chiamata" di alcune Società che le affidavano i loro clienti per consulenze e servizi vari. Il lavoro era frequente e pagato mediamente bene.

Poi il Covid e la conseguente crisi di alcuni mercati hanno portato a cambiamenti radicali nel settore: le Società che le fornivano incarichi presso i loro clienti iniziarono a formare personale interno, riducendo drasticamente sia il numero delle consulenze esterne, sia i compensi relativi.

Anna si trovò quindi, nel giro di pochi mesi, ad avere pochi incarichi e malpagati, "costretta" ad accettare anche compensi ridotti pur di lavorare.

Ne parlò con me e, memore di tante altre esperienze simili, le feci una domanda:

"Hai una lista di tutti i clienti e conoscenze professionali che in questi 20 anni hai servito?". La sua risposta fu: **"No"**.

Le diedi allora due suggerimenti semplici, che lei applicò con determinazione: **crearsi una Lista di Clienti**, partendo da quelli che già l'avevano conosciuta; **iniziare a parlare con loro**. Anna, non avendo altre alternative, si mise al lavoro. Recuperò dalla sua cantina tutti i documenti cartacei che negli anni aveva sviluppato con i clienti, archiviato e conservato, e iniziò ad estrapolarne nominativi e indirizzi mail.

Questo lavoro durò diverse giornate: ricavò anche recapiti vecchi di vent'anni e li inserì in un foglio Excel. Alla fine, estrasse un elenco di circa 400 indirizzi mail.

Quale fu la strategia? Come scritto prima, doveva iniziare a "parlare con loro", senza risultare invadente o inopportuna. La **prima mail** era quella decisiva, ma Anna non sapeva cosa scrivere.

Le chiesi: *"Cosa vorresti che ti dicesse una persona che non vedi da anni?"*

E il testo della mail elaborato da Anna diceva: (in sintesi, non testuale N.d.R.)

"Buongiorno sono Anna M., abbiamo lavorato insieme tempo fa, si ricorda di me? E' trascorso tanto tempo. Intanto mi scuso per non essermi più fatta viva con lei. Spero che la sua attività proceda bene e resti al passo con le innovazioni che il mercato ci richiede in continuazione. Anche il mio Studio si è innovato e ho realizzato un nuovo servizio per i miei clienti per aggiornarli sugli ultimi cambiamenti".

Anna organizzò alcuni brevi **seminari online** "riservati esclusivamente e gratuitamente a chi in passato ha lavorato con me". Selezionò alcuni temi veramente d'interesse "per la sua Lista" e che lei in questi mesi aveva studiato ed approfondito. Senza dilungarci nei dettagli, vediamo i risultati. Circa 1/5 degli indirizzi o nominativi non erano più validi; altri nemmeno aprirono la mail. Qualcuno rispose gentilmente, salutandola e ringraziandola del pensiero. Ma qualcun altro fece qualcosa di più: **la contattò, le espose un problema che aveva e le diede immediatamente un lavoro**. Diversi parteciparono ai *webinar* e anche da questi, arrivarono alcuni **nuovi incarichi** e senza intermediari.

Attualmente, il "pianoB" d'emergenza di Anna è il suo "pianoA", con ottimi profitti.

Pongo a voi le stesse domande: **"Avete una lista viva e attiva di clienti e prospect?" "Ci parlate regolarmente, informandoli, aggiornandoli, dando loro contenuti intelligenti e gratuiti?"** Se così è, avrete **due risultati**: se hanno bisogno, cercheranno voi; quando farete una proposta professionale, le dedicheranno più attenzione e saranno più propensi ad accettarla. E in cantina, a cercare i vecchi nominativi, la temperatura è molto più fresca.