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

CONSULENZA AZIENDALE, COMMERCIALE E MARKETING

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 incarchi 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 â€¦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.
Lechiesi: *"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? È 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** *"â€¦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 frescaâ€¦

Riproduzione vietata - lunedì 05 agosto 2024