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

CONSULENZA AZIENDALE, COMMERCIALE E MARKETING

di EROS TUGNOLI

Differenze di approccio al cliente: qual è il vostro?

Quando un nuovo potenziale cliente entra in Studio, il primo vero momento critico non è la proposta economica, né l'elenco dei servizi offerti. È l'intervista iniziale: è lì che ci si gioca l'esito della futura collaborazione.

I professionisti ed i consulenti, di fronte ad un nuovo cliente, hanno 2 approcci ricorrenti.
Il primo, molto diffuso, è il cosiddetto **approccio tecnico:** domande mirate ad inquadrare attività e problematiche del cliente e, subito dopo, una presentazione dello Studio Professionale.
Il secondo è ***l'"intervista negoziale":*** un dialogo strutturato, basato su domande progressive, che ha l'obiettivo di capire non solo cosa fa il cliente, ma perché sta cercando un nuovo consulente e cosa considera davvero decisivo nella scelta.

L'approccio tecnico ha un vantaggio apparente: è veloce e rassicurante per il professionista, visto che si parla soprattutto di tematiche a lui note.
Tuttavia, proprio per questo motivo, il risultato che si ottiene è debole, scontato. Il cliente ascolta, prende nota, ringrazia e rimanda la decisione. Non perché non abbia apprezzato le competenze, ma perché non ha ancora trovato un motivo chiaro per scegliere quel professionista rispetto ad altri. In questi casi, la trattativa resta sospesa e il confronto rischia di spostarsi sul prezzo.
Oppure ha ben chiara la soluzione delle sue problematiche, ma potrebbe farsele risolvere da altri.

L'intervista negoziale, invece, parte da un presupposto diverso: prima di spiegare chi siamo e cosa facciamo, dobbiamo **capire come ragiona il cliente, quali esperienze ha vissuto, cosa lo ha spinto a cercare un'alternativa e, soprattutto, quali criteri utilizzerà per decidere.**
Non si tratta di *"fare più domande",* ma di fare le domande giuste, una alla volta, lasciando spazio alle risposte e riprendendo le parole chiave utilizzate dal cliente per fare altre domande.

In questo tipo di colloquio, il professionista non viene visto come l'esperto che spiega, ma come il consulente che ascolta. L'obiettivo non è raccogliere dati tecnici, quelli arriveranno, ma far emergere le sue motivazioni di acquisto: chi decide davvero? Chi influenza la scelta? Quali problemi si vogliono evitare in futuro? Quali aspetti del precedente rapporto hanno generato insoddisfazione?
Spesso, dietro una richiesta apparentemente tecnica, si nascondono esigenze diverse: bisogno di maggiore tempestività, desiderio di sentirsi seguiti, difficoltà nel prendere decisioni senza un confronto strutturato.
Sono questi elementi che determineranno la sua scelta finale.

Faccio solo un piccolo **esempio.** A una domanda come: *"Cosa l'ha spinta a cercare un nuovo consulente proprio ora?",* seguono spesso risposte che vanno oltre all'area fiscale o contabile: ritardi, mancanza di confronto, sensazione di essere lasciati soli nelle decisioni. Il cliente non si sente interrogato, ma ascoltato, non percepisce una vendita, ma un dialogo.
Inoltre, queste informazioni difficilmente sono esplicitate con chiarezza, siamo noi che dobbiamo intuirle: ed è qui che la relazione cambia livello e diventa **empatia.**
Attraverso una serie di domande ben condotta, il cliente arriva progressivamente a chiarire a sé stesso cosa sta cercando davvero e chi lo può soddisfare: **chi ha di fronte, non altri.**
Solo dopo questo passaggio, ha davvero senso presentare lo Studio, collegando ogni elemento della proposta alle esigenze appena emerse.

La differenza tra i 2 approcci non è solo comunicativa, ma **strategica.** L'intervista negoziale riduce il rischio di competizione sul prezzo, aumenta la qualità della relazione e pone le basi per una proficua e reciproca collaborazione.
Vi ripropongo la domanda iniziale: come conducete il primo colloquio con chi sta valutando se affidarsi a voi?

Riproduzione vietata - lunedì 29 dicembre 2025