

SOLUZIONI TECNOLOGICHE

Il sito web dello studio, 4 consigli per renderlo efficace

di **Teamsystem.com**

www.teamsystem.com

Non avere un **sito web**, oggi per un libero professionista equivale a non esistere. **Qualunque tipo di ricerca avviene ormai online**, comprese quelle per un commercialista, un avvocato o un consulente del lavoro. Se è vero che i grandi studi hanno una storia e una clientela consolidata che può contare sul passaparola fisico, è altrettanto vero che chi decide di affacciarsi al mercato, per farsi conoscere **non ha strumento migliore dei propri contenuti**. Ecco quattro punti chiave che dobbiamo conoscere assolutamente per aumentare le visite e rendere più efficienti le nostre pagine Web.

1) Rivolgersi a un professionista

Un sito web composto da una pagina statica con una serie di servizi mai aggiornati e i riferimenti per contattarci, serve a poco. Un buon sito web deve essere **costruito da un professionista** e deve offrire immediatamente l'idea che alle spalle ci sia un'azienda solida. Chi ha un minimo di esperienza sul web, si accorge immediatamente quando un sito è stato creato da uno che lo fa per mestiere. A un professionista dobbiamo chiedere un sito con **tre caratteristiche importantissime**:

1. responsive, in grado cioè di adattarsi a ogni piattaforma (tablet, smartphone, Pc)
2. ottimizzato per la ricerca (SEO)
3. facilmente aggiornabile (magari su piattaforma Wordpress).

2) Scrivere di quello che si offre

L'investimento iniziale per un buon prodotto con un layout elegante e ottimizzato per le ricerche su Google è qualcosa che si ripaga da solo ed è lì che vanno inseriti i **contenuti** per cui vogliamo essere trovati sul web. Se ci occupiamo di consulenza legale, per esempio, e vogliamo essere trovati da persone che ricercano quelle problematiche su Google, dobbiamo trattare quegli argomenti. Non basta scrivere fra i servizi offerti quello che facciamo, dobbiamo **dare prova di essere delle autorità in materia**. A prima vista potrebbero sembrare consulenze gratuite e tempo sottratto al lavoro, ma impegnarsi a scrivere almeno un articolo a settimana, sulle tematiche che conosciamo meglio, rappresenta uno strumento potentissimo per far salire il "valore" del nostro sito sui motori di ricerca.

3) Inserire i pulsanti social

Negli ultimi tempi tantissime aziende hanno aperto pagine Facebook credendo in questo modo di aumentare le vendite dei propri prodotti o consulenze, per il solo fatto di essere presenti e di avere tanti follower. In realtà le cose non funzionano così. Facebook può essere una buona cassa di risonanza per promuovere qualcosa, ma la gente non condivide mai nulla che non consideri di valore. Un **buon consiglio postato sul nostro sito**, per esempio per risparmiare su qualcosa o un articolo per commentare una sentenza, possono invece essere dei **contenuti di valore che Facebook può aiutarci a diffondere** generando traffico sulle nostre pagine. Attenzione, traffico non vuol dire per forza clienti, ma pubblicità certamente sì! Ecco perché il nostro sito dovrà avere i pulsanti per permettere la condivisione dei nostri contenuti su tutte le principali piattaforme social.

4) Rispondere subito alle richieste

È naturale che un lettore soddisfatto di un articolo scriva per chiedere una consulenza. Non dobbiamo aspettarcelo sempre, ma accade. In fondo è quello lo scopo di un sito commerciale: **trovare potenziali clienti**. Per questo motivo, ricordiamoci di inserire una casella di posta creata ad hoc per **controllare tutte le richieste che arrivano dal sito** e misurarne l'efficienza. Cerchiamo inoltre, di rispondere il più velocemente possibile alle domande perlomeno in 24/48 ore. Una risposta rapida rafforza l'idea di avere a che fare con uno studio o un professionista efficiente e le possibilità di portarsi a casa il cliente aumentano notevolmente.