

IMPRENDITORIA E LEADERSHIP

Perché è importante per un commercialista avere LinkedIn?

di **Luca Bozzato**

LinkedIn è un **social network** ancora **poco conosciuto** dal pubblico italiano.

Pensa che la parola chiave più cercata in Italia su Google è: “**Cos'è LinkedIn?**”

Eppure LinkedIn è un **business network di quasi 900 milioni di utenti**, di cui 18 solo in Italia.

Considerato che l'Italia conta 35 milioni di utenti social, ciò significa che una **1 persona su 2** con un profilo social, in Italia, **ha un profilo LinkedIn**.

Anzi, alcuni professionisti hanno **SOLO un profilo LinkedIn**, social che ritengono **serio e pieno di contenuti utili al lavoro** e allo scambio di connessioni e di informazioni di business.

Per questo, se ancora non ti è ben chiaro perché è importante per un commercialista avere LinkedIn, sei in buona compagnia.

È soprattutto difficile inquadrare il **potere di LinkedIn per un Professionista o uno Studio**, business che si fondano sulle **relazioni dirette e sulla fiducia personale**.

Ma LinkedIn è proprio questo: un **amplificatore di relazioni personali** sempre attivo, sempre sveglio, h24, che **lavora per te e ti aiuta a fare contatti** e attirare personale anche quando stai dormendo. Il tuo **compagno di lavoro digitale**, il tuo quotidiano, lo strumento di gossip aziendale e di monitoraggio dei cambi di lavoro dei tuoi clienti.

Purtroppo tanti percepiscono LinkedIn come il social per cercare lavoro. E - peggio ancora - utile soltanto se si è disoccupati e si cerca una nuova opportunità professionale. In realtà solo il 25% degli utenti LinkedIn lo usa così, il restante **75% cerca contatti professionali business**.

Infatti LinkedIn è un *business social network*, cioè un **social pensato per gli affari**.

È utile per un commercialista stare su LinkedIn: perché?

Di solito il commercialista lavora sulle relazioni personali che costruisce con il networking; i contatti si fanno faccia a faccia e il business arriva tramite referenze. Buone notizie: **LinkedIn è il posto virtuale migliore per nuove referenze**; è un network in cui ci si connette con persone lavorativamente affini, che a loro volta sono connesse con altre persone affini. Un vortice di

contatti estremamente interessante.

Frequentemente, professionisti o Studi che non sono molto avvezzi a LinkedIn ci dicono: “*I miei clienti non sono su LinkedIn; li conosco, non hanno un profilo*”. Questo può essere vero per una certa fascia d'età - ma **dopo il lockdown della pandemia, LinkedIn ha aumentato di 10 volte gli utenti attivi!**

Tuttavia ti invito a considerare due cose: magari su LinkedIn l'imprenditore senior che ti interessa non c'è. Ma quasi sempre c'è suo figlio o sua figlia, che conosce meglio del padre l'ambiente dei social. E li usa. E su LinkedIn fa ricerche di collaboratori, di clienti o di partner. E un giorno prenderà decisioni che oggi spettano al padre e si fiderà delle persone che lo hanno aiutato nel frattempo.

La seconda considerazione è che *una parte* dei tuoi clienti non ci sono. Ma c'è tutta **una parte di clienti già digital che puoi conquistare** e su cui gli altri professionisti o Studi concorrenti non stanno lavorando, proprio per questo falso mito che su LinkedIn non ci siano i clienti.

Magari non ci sono i tuoi clienti attuali. Ma **ci sono sicuramente i tuoi prossimi clienti**. Tra l'altro, senza vincoli geografici: conosco molti professionisti che hanno clienti nelle regioni più ricche d'Italia anche lavorando altrove, perché grazie a LinkedIn i clienti li hanno **scelti**.

Significa che hanno cercato proprio **loro**, anche se operano in una regione diversa, perché si sono convinti che avessero la migliore soluzione al loro problema.

Pensa a LinkedIn come aggiunta al tuo network, più che come sostituzione o doppione.

Non è più semplice per un commercialista non essere su LinkedIn?

Questa è un'altra obiezione che sentiamo: “*Ma se i miei clienti non hanno un profilo LinkedIn, allora come fanno a cercarmi lì? Tanto vale che non mi iscriva neanche io*”.

Non è così: se qualcuno digita il nome e cognome di un professionista - perché in genere i commercialisti li conosciamo per nome e cognome - su Google, **il profilo LinkedIn appare tra i primi risultati, spesso più in alto del sito internet del professionista.**

E anche se l'imprenditore in questione non ha un profilo LinkedIn, da Google si può accedere alla versione pubblica del suo profilo LinkedIn.

Forse non tutti usano LinkedIn: di sicuro tutti usano Google.

Perciò avere un profilo LinkedIn ha un'importanza ulteriore: **posiziona il professionista sui motori di ricerca**. E funziona ancora meglio, se il profilo LinkedIn è ottimizzato.

Un utente poco abituato al digitale, se vi cerca, vi trova su LinkedIn e legge informazioni poco chiare o poco decifrabili, si scoraggia ed evita di entrare in contatto con voi.

Bisogna rendergli facile l'accesso alle informazioni utili di base. Non curare il proprio profilo

comporta un calo della fiducia generale.

Come porsi rispetto agli altri commercialisti e Studi già presenti su LinkedIn?

Molti commercialisti lamentano di non riuscire a trovare clienti perché su LinkedIn gli rispondono soltanto altri commercialisti.

Affronteremo questo problema in altri articoli, ma la risposta è semplice: di solito i commercialisti parlano solo di argomenti che interessano ad altri commercialisti, quindi attirano i commenti e le interazioni dei colleghi.

Prova a metterti nei panni di un tuo cliente: quali sono le informazioni per lui interessanti? Sono le stesse di cui parli coi tuoi colleghi all'Ordine?

Riepilogando: perché è importante per un commercialista avere un profilo su LinkedIn?

1. Per **posizionare meglio il proprio nome e affermare la propria reputazione** all'interno di un network professionale cui attingere per trovare nuovi collaboratori, clienti e partner.
Come detto, LinkedIn non è un social per la ricerca del lavoro.
2. Per **sfruttare la presenza online della seconda generazione imprenditoriale**, i figli degli imprenditori senior, quelli che sicuramente usano LinkedIn anche per conto del padre.
3. Per **sfruttare l'utilizzo che l'imprenditore senior fa del web**, ossia cercare informazioni su Google. Il profilo LinkedIn compare tra i primi risultati di ricerca. Vale per ogni categoria, ovviamente anche per i commercialisti.

Spesso per pigra diffidenza nei confronti di LinkedIn, i commercialisti e gli studi di commercialisti si perdono numerose potenziali ricadute positive: nuovi collaboratori e nuove opportunità di business, accresciuta visibilità e pubblicità mirata.

La reputazione di un professionista oggi dipende anche dalla sua presenza online.

LinkedIn è una piattaforma qualificata di business e consente di proporre al meglio la propria professionalità, a patto di **vincere lo scetticismo e di dedicare cura al proprio profilo.**

