

## IMPRENDITORIA E LEADERSHIP

---

# ***Reputazione e contatti su LinkedIn. Quali sono i vantaggi per un commercialista?***

di **Luca Bozzato**

Un **commercialista su LinkedIn** ha soprattutto **due vantaggi**:

1. la **possibilità di aumentare la propria reputazione** all'interno di un contesto professionale, usando il social network professionale, LinkedIn appunto. Quindi non divertimento frivolo, come si fa su Facebook o Instagram, ma **utilità**: un **social in cui trovare nuovi collaboratori**, farsi vedere da nuovi colleghi o anche solo aggiornare i clienti esistenti su novità che magari non conoscono ancora.

2. la **capacità di generare un numero di contatti professionali** anche **fuori dal proprio settore e dalla propria area geografica**.

Esempi concreti?

1. Tutte le **istituzioni** che oggi sono su LinkedIn.
2. Tutta la **stampa**, anche - e soprattutto - quella locale, che oggi naviga su LinkedIn sempre a caccia di notizie.
3. **Altri clienti**: imprenditori, fondi, banche e simili che sono su presenti su LinkedIn.
4. E perché no, anche tutta quella **platea di professionisti che sono potenziali ottimi collaboratori** e al tempo stesso **referral di business**: i consulenti del lavoro, che sono molto attivi su LinkedIn, ma anche i notai, gli avvocati o i consulenti finanziari e assicurativi.

Molte persone e tante professioni differenti, tutte utili per creare **sinergie** che possono fare **crescere il business** in comune.

## **Che cosa significa per un commercialista aumentare la propria reputazione all'interno di LinkedIn?**

**Significa guadagnare un posizionamento e una credibilità**. A sostegno di questa affermazione riprendiamo i dati dall'[articolo precedente](#).

LinkedIn conta 18 milioni di utenti in Italia. 1 persona che lavora su 2, se ha un social, ha un profilo LinkedIn. Interessante, no?

Quindi, in primis LinkedIn dà al commercialista la **possibilità di farsi conoscere** all'interno di questa piattaforma. Ciò vale sia per i professionisti più giovani, che per i senior. Ora, mi metto nei panni di un commercialista senior e anticipo una possibile obiezione: **che senso ha essere su LinkedIn, se si ha già un forte posizionamento nel territorio?**

È una domanda interessante e il posizionamento fuori da internet è un valore forte, quindi per anni non si è sentito il bisogno di curare il posizionamento online.

Immaginiamo cosa succederebbe se i professionisti usassero la forza della propria reputazione e la leva dei propri contatti di rete per **dominare anche lo spazio online**. Questo non solo per accedere a più clienti, tutti qualificati, tutti interessati a una discussione professionale, h24 e su uno strumento di lavoro che permette di crescere il giro d'affari.

Ma anche perché le generazioni cambiano e i **clienti si stanno digitalizzando** sempre più.

Una buona fetta del parco clienti o delle persone vicine ai clienti sono oggi su LinkedIn. E vogliono informarsi, hanno un approccio proattivo con le informazioni, perché sanno quanto possono essere molto utili. Per esempio, a gestire meglio il carico della pressione fiscale del proprio business.

Ma non solo.

Cercano consigli su come risparmiare tasse, su come scaricare certe spese: informazioni, frutto di domande, che i clienti normalmente hanno sempre ricevuto di persona dal commercialista.

Questa forma di aiuto, facendo altrettanto su una piattaforma come LinkedIn, è anche una forma di educazione del cliente ed è utilissima per generare nuovi contatti.

## **Come si generano nuovi contatti e perché un commercialista dovrebbe farlo su LinkedIn?**

Generare nuovi contatti e nuove partnership è sempre utile, perché oggi gli strumenti sono sempre più costosi ed è sempre più difficile creare relazioni basate sulla fiducia, fondamentale quando si parla di business.

LinkedIn è un **ottimo strumento per creare nuove relazioni virtuali**.

Il nostro consiglio è quello di **dare sempre sostanza al virtuale**. Cioè far seguire al contatto in rete una telefonata, un caffè, un appuntamento fisico.

Cerchiamo sempre di **trasferire in analogico i contatti digitali** che abbiamo creato, diamogli concretezza.

Per un professionista giovane è chiaro che LinkedIn è un grande vantaggio: è come una

prateria.

Per un profilo senior potrebbe sembrare meno interessante, ma ci sono **almeno due ottimi motivi per esserci**:

1. Il professionista senior ha intenzione di **generare valore per lo studio, rafforzarne il brand**, anche in termini di passaggio generazionale, riuscendo così a scaricare la propria rete contatti all'interno di una piattaforma e fare in modo che i contatti diventino riferimenti business. In che senso? Le persone che su LinkedIn fanno "like", commentano, interagiscono con i contenuti del commercialista o dello studio, invogliano altri loro contatti a dire **"Comincio a fidarmi di questo professionista e della sua seniority. Vorrei anch'io diventare cliente di questo studio. Come faccio?"** A questo punto può accendersi la lampadina e può **scattare un referral**.
2. **Su LinkedIn** si può parlare di come si lavora nello studio e **mostrare la competenza**. Un ottimo modo per **attirare nuove persone** che vogliono **collaborare con lo studio** professionale.

Punto delicato questo: è sempre un problema trovare collaboratori validi all'interno della propria ristretta area geografica. Invece, pubblicando su LinkedIn contenuti che mostrano chi è commercialista, come lavora lo studio, in che cosa crede, quali sono i suoi casi di successo, **si agevola la valutazione di chi magari vorrebbe lavorare con noi**, perché gli piacerebbe lavorare a fianco di un grande professionista, che potrebbe insegnargli tanto e favorire la sua crescita professionale.

## Riepilogando

**LinkedIn per un commercialista è estremamente vantaggioso perché:**

- **crea o affina la reputazione** con potenziali clienti e potenziali contatti;
- **aumenta la credibilità dello studio** agli occhi degli attuali clienti già su LinkedIn, perché non è detto che tutti i nostri clienti stiano già comprando tutti i prodotti che possiamo vendere
- **aumenta esponenzialmente i referral**;
- **genera sinergie trasversali** con consulenti del lavoro, notai, operatori finanziari e assicurativi.

