

IMPRENDITORIA E LEADERSHIP

LinkedIn per commercialisti giovani: come si usa?

di **Luca Bozzato**



In questo articolo parleremo di **LinkedIn** per i **commercialisti più giovani**.

Come si usa? A cosa serve?

LinkedIn per un commercialista giovane è un'ottima opportunità. E per "giovane" intendo un **profilo junior** in termini di seniority aziendale, cioè commercialista con **pochi anni di esperienza** sul mercato.

Questo perché i tuoi colleghi con qualche capello bianco in più, cioè i commercialisti con moltissimi anni di esperienza alle spalle, di sicuro guardano a LinkedIn in modo diverso.

Perché è un social e quindi, spesso, legato al concetto di "perdita di tempo".

Ma **LinkedIn non è Facebook** e va usato in modo molto più serio: approfitta del fatto che molti vedano ancora i due social come sostanzialmente uguali per **ricavarti la tua nicchia**.

Come abbiamo già spiegato negli articoli precedenti ("[Come usare LinkedIn per i commercialisti](#)", "[Reputazione e contatti su LinkedIn. Quali sono i vantaggi per un commercialista?](#)", "[Perché è importante per un commercialista avere LinkedIn?](#)"), si parte dal **costruire una rete contatti** indipendente dai contatti che già hanno i tuoi concorrenti.

Andiamo sul pratico.

Ogni business vuole raggiungere i propri clienti, usando dei canali.

Nel tuo caso, quali sono questi canali?

Il **canale offline**, quello delle relazioni personali, che di questi tempi sembra *vintage*: le strette di mano, lo sguardo negli occhi, la prossemica, eccetera.

Un canale in un certo senso già presidiato - e anche molto bene - dai tuoi **concorrenti con**

maggiore seniority. Questo perché banalmente loro hanno già accumulato 10 o 20 anni di esperienza offline e hanno passato la loro intera vita a costruire relazioni al di fuori del mondo di internet.

Sono molto più bravi di te a costruire questo tipo di relazioni. **Andare a competere su questo terreno con loro spesso vuol dire uscirne sconfitti.**

Certo. Puoi sempre trovare una nicchia molto specifica anche fuori da internet, per la quale il tuo servizio è assolutamente differente da quello degli altri.

Se il tuo servizio non ha però una marcata differenza da quello che offrono altri professionisti e altri studi, e quindi a quel punto il business vincente sarà quello basato su “*know, like and trust*”, “conoscenza, sintonia e fiducia”.

Cioè, a parità di fattori, mi affido a persone che conosco, con cui mi sento in sintonia e di cui mi fido.

LinkedIn è un'ottima vetrina per stimolare questo fattore “conoscenza, sintonia e fiducia”.

LinkedIn offre l'opportunità di avere una **vetrina con effetto immediato**, che mostra chi siamo, qual è la nostra professione e, tramite una pubblicazione costante di contenuti, in che modo svolgiamo il nostro lavoro.

Una vetrina che ti permette di **avvicinare tutte quelle persone** (clienti, potenziali clienti, collaboratori o partner esterni di altre aree come consulenti assicurativi e finanziari notai e quant'altro) che sono **affini al tuo modo di lavorare.**

Ti permette di **entrare in contatto con persone che la pensano come te** o con persone che hanno gli **stessi problemi dei tuoi clienti.**

E se hai raccontato le loro esperienze attraverso il tuo profilo LinkedIn, quelle persone **si fidano di te**, ritenendoti un bravo professionista o una brava professionista nel tuo campo.

Cosa consiglio di fare a chi sta iniziando ora e deve costruire delle relazioni?

#1

Per prima cosa, come detto nell'[articolo precedente](#), avere molta cura di **inserire tutti i contatti professionali all'interno della piattaforma.**

Perché **grazie a LinkedIn puoi vedere i contatti dei tuoi contatti e andare a cercare persone interessanti per il tuo business.** Puoi andare a scartabellare il tuo network LinkedIn e chiedere ai tuoi contatti di farti presentare.

Basta usare un messaggio semplice, tipo “Ciao, X! Ho visto che sei in contatto con Y. Mi chiedevo se lo conoscessi bene, perché ho visto su LinkedIn che si occupa di... e vorrei farci due chiacchiere per... Potresti presentarmi?”

Oppure “Posso scrivere a questa persona, dicendo che ci conosciamo, per instaurare una relazione?”

Così si genera “**conoscenza, sintonia e fiducia**” grazie a LinkedIn.

#2

Altra attività che dovrete - anzi, dovete - fare, se siete giovani, è **spendere molto tempo a commentare i post di clienti e potenziali clienti**.

Smettetela di stare su LinkedIn a commentare i post dei vostri colleghi. Non serve. O meglio, serve a farvi conoscere di più e meglio da una cerchia di persone che non comprenderanno mai niente da voi.

E in più queste persone le conoscete già. Andate periodicamente alle riunioni dell'Ordine; è inutile stare su LinkedIn a ripetere le stesse cose.

Invece è **importante identificare imprenditori o altri professionisti**, secondo il vostro target professionale, **che pubblicano su LinkedIn**. Con loro bisogna interagire, avviare discussioni. Il fine ultimo di questo scambio non è la vendita di qualcosa, ma **stabilire una relazione tramite il commento al post** e la discussione in pubblico, che poi può diventare privata.

Come? Con un messaggio simile a questo:

“Grazie, X. Ho visto l'ultimo post che hai pubblicato, ti ho anche lasciato un commento. Ti contatto anche in privato perché l'argomento mi interessa molto e credo che potremmo discuterne...”

#3

Ultimo consiglio che invito a mettere in pratica, se sei un giovane professionista: **pubblica molti contenuti, 2 o 3 a settimana**.

Quali contenuti? Non quelli prettamente tecnici.

Quindi, no a contenuti interessanti soltanto per i tuoi colleghi; **sì a contenuti di ampio respiro sul mondo del lavoro**.

Esempi?

- Come gestire meglio la pressione fiscale?
- Qual è il tuo modo di lavorare?
- Chi sei e cosa fai?
- Dove hai studiato?
- Dove hai lavorato in precedenza?
- Quali sono i problemi tipici dei tuoi clienti?

Argomenti che possono essere utili e di rilievo per le persone a cui scrivi, senza ipertecnicismi.

Argomenti che **aumenteranno di molto la tua visibilità sul social network professionale più grande al mondo.**

