

IMPRENDITORIA E LEADERSHIP

LinkedIn per commercialisti senior: come si usa?

di **Luca Bozzato**

Per un professionista Senior a cosa serve LinkedIn?

Parlo di un professionista che ha passato tutta la sua vita a stringere mani, guardare negli occhi le persone e creare relazioni *offline*, nel mondo reale.

Parlo di un professionista che pensa *“lo ho sempre vissuto molto bene, andando a trovare i miei clienti di persona. E non credo proprio che i clienti si possano trovare su un social network.”*

Una constatazione più che legittima.

Effettivamente, stando così le cose, LinkedIn può sembrare inutile per un business del genere. E invece io sono qui per farvi capire che è vero il contrario.

Partiamo da un'affermazione banale: **i tempi cambiano.**

Se è vero che una volta le persone, per fidarsi, volevano guardarsi in faccia, oggi la maggior parte delle persone decide di fidarsi di un professionista, considerando due fattori:

1. Referral

“Me lo ha presentato una persona di cui mi fido, che magari è già suo cliente? Allora va bene.”

Il problema dei **referral** è che sono molto **spontanei**, sarebbe imbarazzante chiedere a un cliente *“Ciao, hai altri quattro clienti come te da presentarmi?”*

Non so ieri, ma di sicuro oggi è una cosa che si tende a fare davvero poco.

2. Risultati Google

L'altro aspetto è la **credibilità online**. Sempre più spesso le persone non vogliono incontrare di persona il professionista e si fidano di chi ha un'ottima credibilità online. Se ho un problema e non so a chi rivolgermi, se non ho nella mia cerchia professionale una persona che mi dice *“certo, non c'è problema: ti presento il mio commercialista”* che cosa faccio? Vado su Google a faccio una ricerca.

Nel nostro caso cerco *“commercialista”* o *“studio commercialisti”* più la mia zona geografica; oppure cerco nome e cognome più *“commercialista”* o *“studio commercialisti”*.

Come già detto nell'articolo [nome e link], il profilo LinkedIn della persona cercata appare sempre tra i primi risultati.

E se hai una pessima presenza LinkedIn e il tuo profilo LinkedIn compare tra i primi risultati, cosa penserà di te la persona che ti ha cercato per diventare tuo cliente?

Male. Penserà male.

Hai costruito una reputazione per 15, 20 o 30 anni e per colpa di un profilo gestito in maniera approssimativa la rovinì.

LinkedIn è un modo per restare al passo con i tempi e per comunicare anche sul web che sei un professionista serio, che cura la sua attività e che capisce quanto il digitale sia sempre più pervasivo nelle nostre vite. Quindi servono entrambe le capacità: saper creare relazioni fuori da internet, ma al tempo stesso avere una buona presenza online, perlomeno all'interno del social professionale più grande al mondo, usato oggi da 18 milioni di persone.

Essere presenti su LinkedIn oggi è praticamente obbligatorio.

Ma guardiamola anche in positivo questa situazione.

Cosa succede se, invece, curi bene la tua presenza su LinkedIn?

Succede che le persone, di cui detto poco più su, ricevono dei benefici aggiuntivi.

Chi arriva a te, presentato da un tuo cliente, può fare comunque prima una ricerca su Google per capire se sei meritevole di fiducia e attenzione. Non sei di certo l'unico commercialista in giro e non basta la sola segnalazione di un contatto fidato. Cosa farei io: prima di arrivare all'appuntamento, andrei su internet a vedere chi è questa persona o questo studio, cercherei di valutare se effettivamente posso affidargli la gestione dei miei soldi o di quelli dell'azienda.

Una situazione simile si verifica anche per una persona che non ti conosce e che arriva a te tramite una ricerca Google: ha bisogno degli elementi per capire che appunto può fidarsi di te come professionista, come studio.

Su LinkedIn puoi anche trovare nuovi collaboratori!

Poiché è sempre più difficile trovare personale qualificato per il proprio studio, poi, un altro grande beneficio di LinkedIn è il fatto di essere anche un'ottima vetrina per mettere in mostra il proprio lavoro e le proprie competenze.

Si riesce così ad attirare un gran numero di persone che hanno voglia di collaborare, magari per specifiche attività del tuo lavoro. Persone che non avresti incontrato altrettanto facilmente grazie a relazioni offline.

Riepilogando

LinkedIn per un commercialista senior è un amplificatore di prestigio, di visibilità e di reputazione, e anche un moltiplicatore di contatti.

Se gestito con cura, garantisce al professionista senior un'ottima presenza digitale, per cui il pubblico che arriva da un referral o da una ricerca Google diretta si fida e può chiedere un appuntamento.

In secondo luogo è un acceleratore di frequenza dei contatti. Non si sta fermi ad aspettare che arrivino dai miei referral, in modalità "aspetta e spera", ma si innesca un meccanismo virtuoso, per cui si comunica a dovere il valore dello studio, inducendo i contatti dei miei contatti a voler entrare in contatto con la tua realtà.