

IMPRENDITORIA E LEADERSHIP

Come contattare potenziali clienti su LinkedIn

di Luca Bozzato



LinkedIn è il *social* di scambio di connessioni professionali e di *networking* tra professionisti, imprenditori e aziende. Alcuni di questi professionisti, imprenditori e aziende potrebbero diventare i potenziali clienti del tuo Studio o della tua Pratica come commercialista.

LinkedIn, infatti, è molto di più che un *social* dove si mettono i cv e si lasciano lì sperando succeda qualcosa: se usato bene, può aiutarti ad allargare il portafoglio clienti con nuovi contatti. Oppure, cosa ancora più facile e importante, può aumentare la tua reputazione come professionista o come Studio nei confronti dei tuoi clienti attuali e dei loro contatti, dandoti la possibilità di aumentare upselling, cross selling e referral per il tuo giro d'affari.

Ci sono poche semplici regole da tenere a mente, quando ti approcci al contatto con un potenziale cliente su LinkedIn.

1. **La reputazione è tutto.** Ricorda che, anche se sembra banale, l'impressione di professionalità quando mandi un messaggio su LinkedIn dipende in primo luogo dal tuo profilo. La prima cosa che facciamo quando riceviamo un messaggio su LinkedIn è capire se possiamo fidarci di chi l'ha inviato, prima di rispondere. Quindi se dal tuo profilo non sembri un / una professionista affidabile, hai perso in partenza.
2. **I contenuti fanno il lavoro per te.** È importante sottolineare che, invece, se la persona già ti conosce e si fida di te sarà molto più facile che risponda al messaggio e inizi una conversazione d'affari. Pubblicare contenuti di valore aiuta a fare in modo che persone che ancora non conosci ti conoscano e si fidino di te. In questo modo saranno più propense a ritenerti una figura professionale con cui vale la pena di dialogare. Cerca solo di non parlare "legalese" come molti tuoi colleghi: rischi che poi ti capiscano solo altri commercialisti!
3. **Partecipare alle discussioni aumenta il tuo posizionamento.** Pubblicare contenuti tuoi non è l'unico modo di farti notare su LinkedIn: partecipare alle discussioni, dando il tuo

contributo professionale, è un ottimo modo per far capire che sei una persona competente di cui ci si può fidare. Aiuta anche a capire se sei collegato con persone “che contano”, tutti elementi che aumentano la fiducia percepita da parte di chi vede i tuoi commenti.

Ma i clienti di un commercialista sono su LinkedIn?

Certo! LinkedIn è una piattaforma professionale di 800 milioni di persone e cresce al ritmo di 2 nuovi membri ogni secondo. Solo in Italia ci sono 18 milioni di persone e 1 persona su 2 in Italia, se ha un social, ha LinkedIn. Molti imprenditori hanno *solo* LinkedIn, perché lo ritengono l'unico social serio in cui parlare di lavoro. Ovviamente ci sono anche molte persone in Italia che non hanno LinkedIn, ma i numeri ci dicono che ci sono sufficienti contatti da fare su LinkedIn per stare a posto col business per una vita.

Molti commercialisti, infatti, usano obiezioni di questo tipo: *“ho provato a cercare alcuni miei clienti su LinkedIn e non li ho trovati”*. Ma è un'obiezione che non ha senso: se hai dei clienti digitalmente poco evoluti non vuol dire che LinkedIn non funziona. Vuol dire che hai la possibilità, oltre ad avere dei clienti che non sanno nulla di digitale, di avere *anche* dei clienti invece più *smart* che troverai su LinkedIn.

Più le dimensioni delle aziende a cui ti rivolgi sono padronali e più è facile che l'azienda non curi a sufficienza LinkedIn. Ma anche in quelle aziende, spesso in cambio generazionale, i figli dell'imprenditore sono spesso su LinkedIn per cercare contatti internazionali con cui espandere il *business* di famiglia.

Se i tuoi clienti sono multinazionali, invece, è altamente probabile che siano su LinkedIn: più l'azienda è grande, complessa e ha a che fare con l'estero più LinkedIn diventa una fonte indispensabile di contatti, agganci, visibilità sul mercato.

3 errori da evitare quando cerchi potenziali clienti su LinkedIn come commercialista

3. **Sii costante:** Troppo spesso i commercialisti fanno qualche prova su LinkedIn che non va a buon fine e si scoraggiano subito. LinkedIn è un social da giocare sulla media distanza: ci vuole tempo per crearsi un nome all'interno della piattaforma, quindi datti il tempo giusto per raccogliere i risultati.
4. **Identifica una nicchia.** Troppi professionisti vanno su LinkedIn facendo connessioni in modo un po' confuso, pensando che *tutti* sono potenzialmente loro clienti. Questo è un errore perché defocalizza i tuoi sforzi e i tuoi messaggi. Cerca di circoscrivere una nicchia di clienti con cui ti piacerebbe lavorare e usa LinkedIn per stringere forti connessioni con questa nicchia, prima di passare alla successiva.
5. **Non usare botto o messaggi impersonali.** Siamo su LinkedIn per connettersi con persone, non con sequenze di un *funnel*. Fai meno contatti ma in modo più genuino, menzionando un'esperienza comune, un'esigenza specifica, un contenuto letto, una conoscenza in comune ... Rileggi il messaggio e chiediti: “si capisce che sono io, e non

un robot”? Se la risposta è “no”, prova con un approccio più umano.

