

PROFESSIONISTI

Acquisire clienti online per i commercialisti è un gioco da ragazzi

di Chiara Alovise – Consulente di BDM Associati SRL



Euroconference
Centre Studi Tributari

TeamSystem

Master di 5 incontri

L'ORGANIZZAZIONE DIGITALE DELLO STUDIO

SCOPRI DI PIÙ

Il mondo dell'acquisizione clienti sta vivendo una vera e propria rivoluzione grazie alla potenza di internet, delle piattaforme social e del marketing digitale. Anche per gli studi professionali di Dottori Commercialisti, **l'acquisizione di nuovi clienti online** è diventata più accessibile che mai.

In questo articolo, esploreremo le strategie, gli strumenti e i metodi per acquisire clienti *online*.

Trasformare il campanello dello studio in una notifica *online*

Belli i tempi in cui ci si alzava alla mattina e fuori dallo studio c'era la fila di persone ad aspettare.

Il campanello suonava ad ogni ora, i clienti giungevano rigorosamente senza appuntamento perché "Dottore è una cosa veloce". Dobbiamo prendere consapevolezza del fatto che questi tempi ci hanno segnato e sono stati parte della storia, ma oggi, con la grande concorrenza che si trova online, questo fenomeno non è più possibile... o meglio, non lo è fisicamente, ma lo è digitalmente. La fila di clienti la potete continuare ad avere, ma a suonare non sarà più il campanello dello studio, bensì una campanellina che apparirà sul vostro computer. Il classico passaparola si è spostato sulle piattaforme digitali, adeguatamente implementate con attività web mirate alla ricerca di nuova clientela in target con gli obiettivi di studio. Questo ha inevitabilmente cambiato le strategie storiche degli studi.

Mettere le "fondamenta"

Come in tutti gli edifici le fondamenta sono alla base, e senza di esse non ci sarebbe stabilità. Nello studio professionale queste si identificano nella strategia che viene definita per raggiungere gli obiettivi desiderati.

Una buona strategia di *lead generation* (generazione di contatti commerciali) che punti ad acquisire clienti per lo studio deve rispondere a due domande principali:

- Chi è il mio cliente ideale?
- Cosa ho io di diverso dai miei competitor?

La prima domanda ci aiuta a definire a chi vogliamo rivolgerci, step fondamentale per la nostra strategia di acquisizione clienti online, in quanto ci permetterà di creare e costruire un messaggio ad hoc utilizzando leve che provocatorie, per innescare reazioni da parte del diretto interessato.

La seconda domanda invece, ci servirà per individuare e mettere in luce un elemento forte di differenziazione, che possa far percepire lo studio come diverso da tutti gli altri. L'elemento di differenziazione non sempre è tangibile; spesso ci si differenzia con uno stile comunicativo peculiare e riconoscibile, oppure un approccio differente alla consulenza.

Acquisire nuovi clienti: strategie vincenti

Non esiste una soluzione univoca per acquisire clienti da zero negli studi professionali, ogni strada percorsa può essere vincente per alcuni professionisti e non portare frutti ad altri; proprio per questo è bene conoscere tutte le possibilità.

Le due grandi modalità di acquisizione clienti possono essere suddivise in attività organica e attività sponsorizzata.

L'attività organica dello studio professionale comprende tutte quelle azioni svolte senza budget monetari da dedicare alle piattaforme utilizzate, ad esempio:

- **Email marketing:** invio di comunicazioni mirate a gruppi di potenziali clienti (*prospect*) per mantenere il contatto informato sulle attività dello studio, e inviare contenuti di valore – non la classica circolare!
- **Sito web professionale:** il sito *web* è la vetrina online dello studio di commercialisti. Se strutturato bene, a misura di utente e ricco di contenuti informativi potrà sicuramente attirare l'attenzione di potenziali clienti. Intenzionati a lasciare un contatto per capire meglio cosa lo studio può fare per loro, *step* al quale la struttura farà seguito con un'offerta commerciale.
- **Social media:** durante il periodo pandemico chi ha creduto nei social e vi ha investito energie e risorse sta ancora godendo dei ritorni, sui quali con lungimiranza ha costruito

una strategia. Sfruttare i canali su cui ognuno di noi passa un po' di tempo per comunicare attraverso video brevi alcuni messaggi formativi e informativi, può avere i suoi ritorni. Si tratta di canali su cui ognuno di noi trascorre del tempo, vale quindi la pena sfruttare questi spazi di intrattenimento proponendo contenuti informativi, talvolta presentati anche in tono ironico.

La seconda modalità implica un'attività sponsorizzata di acquisizione clienti, chiamata Lead Generation Marketing. La generazione di lead è il cuore dell'acquisizione di clienti online. Utilizza una varietà di canali e strumenti differenti: le più conosciute sono sicuramente le campagne sponsorizzate sui principali social media e su Google. L'obiettivo è intercettare l'interesse di potenziali clienti con contenuti accattivanti ed attrattivi.

Con semplici e strategici annunci, possono arrivare diversi contatti da trasformare in contratti!

I vantaggi dell'acquisizione clienti online

Abbiamo finora parlato dell'impostazione a livello strategico e di come proporci al potenziale cliente; vediamo ora i 3 principali vantaggi dell'acquisizione di clienti *online*:

1. Ampio Potenziale di Mercato

Il mondo *online* offre un vasto bacino di potenziali clienti. È possibile raggiungere persone a livello nazionale e internazionale, aumentando notevolmente le tue opportunità di *business*.

2. Costi Ridotti

Rispetto alle strategie di *marketing* tradizionali, l'acquisizione di clienti *online* spesso richiede un investimento iniziale minore. Puoi iniziare con *budget* modesti e aumentare gli investimenti man mano che ottieni risultati.

3. Misurabilità e Monitoraggio

Per tutte le attività svolte online è possibile misurarne con precisione l'efficacia. Questo consente di apportare rapidamente modifiche per ottimizzare gli sforzi e massimizzare il ritorno sull'investimento.

In conclusione, acquisire clienti online per i commercialisti può essere un gioco da ragazzi se si seguono le giuste strategie e si sfruttano i canali e gli strumenti disponibili.

Cosa aspetti? Inizia oggi stesso a costruire la tua presenza *online* e a conquistare nuovi clienti per il tuo studio professionale.