

DIGITALIZZAZIONE

La trasformazione del business model dello studio professionale nell'era dell'AI

di **Diego Barberi**

L'avvento dell'intelligenza artificiale non rappresenta solo un'evoluzione tecnologica, ma sta ridefinendo il modo stesso di fare consulenza negli studi professionali. Come già accaduto in altri settori - dalla musica ai viaggi - **non sono i bisogni dei clienti a cambiare, ma il modo in cui questi bisogni vengono soddisfatti**. Così anche nel settore della consulenza fiscale, i nostri clienti avranno sempre bisogno di supporto per la contabilità, adempimenti e la consulenza vera e propria, ma le modalità con cui questi servizi vengono offerti possono cambiare radicalmente.

Dall'automazione alla consulenza strategica

L'AI ha già avuto un impatto notevole nella gestione della contabilità ordinaria. Tramite la predizione conti e l'automazione contabile è venuta meno l'esigenza di dedicare tempo e risorse all'attività di puro inserimento dati. **Questo cambio di paradigma libera i professionisti e i loro collaboratori da ore di data entry ripetitivo, permettendo loro di dedicare più tempo a ciò che davvero conta: il dialogo con i clienti.**

Il vero valore emerge proprio in questi momenti di confronto, quando si può dedicare più tempo ad ascoltare le esigenze dell'imprenditore, comprendere le sue sfide quotidiane e supportarlo nelle decisioni. **Non si tratta più di "fare i conti", ma di interpretare i numeri per guidare le scelte aziendali, anticipare criticità e individuare opportunità di crescita. L'automazione diventa così non un fine, ma un mezzo per umanizzare la professione, riportando al centro la relazione consulente-cliente.**

Nuove aree di business già accessibili

Gli strumenti di AI oggi disponibili aprono concrete opportunità per espandere i servizi dello studio:

La Business Intelligence potenziata dall'AI permette al professionista e ai suoi collaboratori di realizzare report semplici da comprendere, dinamici, che possono essere visualizzati

direttamente dal cliente. La condivisione delle informazioni con il cliente non sarà più un appuntamento trimestrale, ma il flusso informativo passerà automaticamente dal gestionale, all'elaborazione e per finire alla pubblicazione aggiornamento dei modelli praticamente in tempo reale.

La divulgazione professionale si sta affermando come una nuova area di business strategica, dove l'AI diventa un potente alleato per trasformare l'esperienza del professionista in contenuti di valore. Attraverso newsletter personalizzate, il professionista può raggiungere diversi segmenti di clientela con aggiornamenti e approfondimenti mirati, mentre la produzione di video-pillole esplicative permette di rendere accessibili e comprensibili le novità fiscali e le opportunità per le imprese. L'organizzazione di webinar tematici consente di combinare l'expertise tecnica con casi pratici, creando momenti di confronto diretto con la propria audience. La presenza costante sui blog e social media, con contenuti regolari e di qualità, consolida il posizionamento come esperti del settore.

Questo approccio strutturato alla divulgazione va ben oltre la semplice visibilità: crea un flusso costante di lead qualificati e rafforza la fidelizzazione dei clienti esistenti. **L'AI supporta attivamente questo processo automatizzando le attività più onerose, dalla ricerca di argomenti rilevanti alla creazione di bozze di contenuti, fino alla pianificazione editoriale.** Ciò permette al professionista di concentrarsi sugli aspetti dove è richiesta maggiore empatia: la personalizzazione del messaggio, l'approfondimento delle analisi e la cura della relazione con la propria community.

Un nuovo modello operativo

Il valore aggiunto del professionista non risiede più soltanto nella capacità di "fare i conti", ma nel supportare gli imprenditori nella gestione delle loro attività in modo strategico e innovativo. Grazie al supporto dell'AI, è possibile esplorare molteplici approcci per affiancare i clienti, andando oltre il tradizionale modello di business. **Questo richiede un ripensamento completo del modello operativo dello studio.** Gli incontri con i clienti possono essere arricchiti da dashboard interattive generate dall'AI, che permettono simulazioni in tempo reale, facilitando la comprensione delle diverse opzioni strategiche disponibili. La comunicazione continua può essere facilitata attraverso portali cloud, dove i clienti possono accedere autonomamente ai propri dati e analisi, rendendo il processo più trasparente e immediato. I collaboratori di studio possono concentrarsi maggiormente sull'analisi e simulazioni, piuttosto che sulle attività operative facilmente automatizzabili. Adottare queste nuove pratiche non solo migliora l'efficienza, ma permette anche di far percepire un maggiore contributo che possiamo dare ai clienti, aiutandoli a prendere decisioni più informate e strategiche.

La vera sfida non è nell'adozione degli strumenti tecnologici, ma nel ripensare il proprio ruolo professionale. Gli studi che sapranno evolversi dal ruolo di "gestori di adempimenti" potranno cogliere le enormi opportunità offerte dall'AI.

La tecnologia c'è già, gli strumenti sono disponibili e accessibili. La differenza la fa la capacità di ripensare il proprio modello di *business*.