

ODGEC Foggia
19 dic '19



Commercialista: evoluzione della specie





*Ci concentriamo sulle cose che già sappiamo mentre trascuriamo sistematicamente quello che non conosciamo. Questo ci rende **INADATTI A SFRUTTARE LE OPPORTUNITÀ**, a cogliere l'attimo: cediamo all'impulso di semplificare, raccontare, categorizzare e soprattutto all'istinto di imboccare sentieri già battuti, e così facendo penalizziamo noi stessi e i rari individui capaci di pensare "l'impossibile".*

Nassim Nicholas Taleb
(Il Cigno Nero. Come l'improbabile governa la nostra vita)

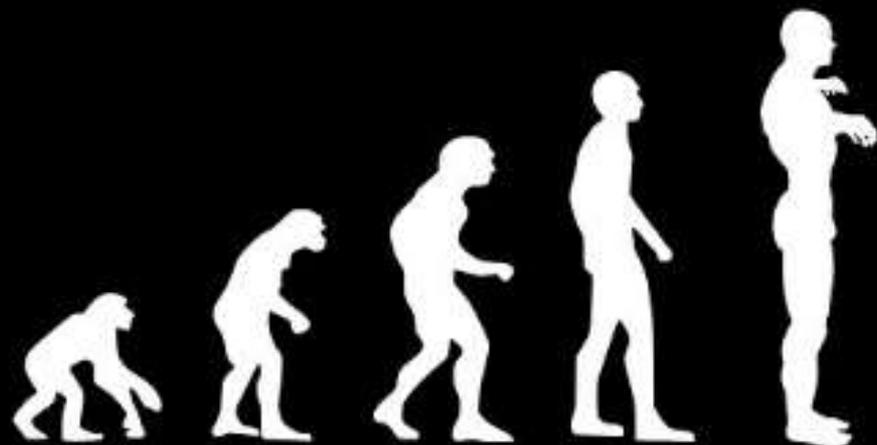
Cattiva notizia:
NON SARÀ FACILE PER TE!

Buona notizia:
NON SARÀ FACILE PER IL TUO CLIENTE!

**OLTRE LA CRISI C'È
LA COMPLESSITÀ**

*Non è il più forte della specie
a sopravvivere , né il più
intelligente, ma **il più reattivo**
al cambiamento.*

Charles Darwin



La CRISI è passeggera
La COMPLESSITÀ è strutturale

3

Nella complessità non c'è un'unica risposta alle nostre domande e l'esperienza passata serve a poco.

RELAZIONI PERICOLOSE

[cosa vuole il cliente?... #X?%^\$&@!]



Perché il cliente
NON È CONTENTO
di pagare il proprio
commercialista?

Perché non sempre i suoi
servizi sono necessari a
**MIGLIORARE LA SUA
CONDIZIONE**, rispondendo
ad obblighi di legge.

Perché per il
commercialista il
cliente è un
ROMPISCATOLE?

Perché ha le sue idee circa
la soluzione dei suoi
problemi. **ASCOLTARE
COSTA FATICA**: meglio che
le esterni e non che si
lamentino di noi.



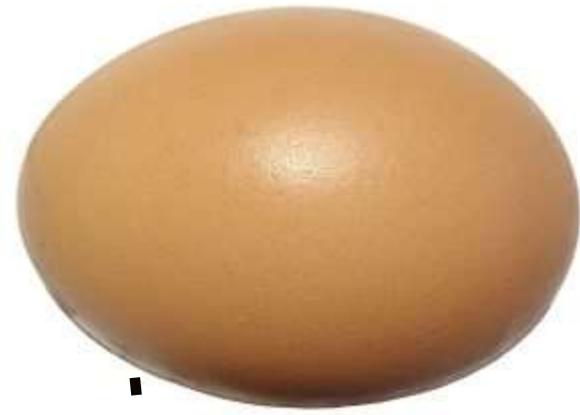


*Se avessi chiesto ai miei clienti cosa volevano, mi avrebbero risposto: "**Cavalli più veloci**".*

Henry Ford⁵



...o proporre i servizi di cui **necessitano** i clienti (ANCHE SE NON LO SANNO ANCORA)?



Proporre i servizi che **chiedono** i clienti...

NECESSITÀ significa:

- **ESIGENZA** è ciò che serve per... **(NECESSITÀ EVIDENTE)** **A**
- **BISOGNO** è ciò di cui avvertiamo la mancanza **(NECESSITÀ INDICATA)** **B**
- **DESIDERIO** è ciò che vogliamo assolutamente **(NECESSITÀ STIMOLATA)** **C**



Organigrammi, Procedure e Mansionari -

Sistemi di incentivazione -

Certificazioni e Perizie -

Budget, Controllo e Pianificazione -

Check-up aziendali -

Business plan -

Vision, Mission e Valori -

Finanza e ristrutturazione del debito -

Analisi di fattibilità -

Marketing e strategie commerciali -

Supporto alla selezione -

Formazione -

Tutela dei patrimoni -

Internazionalizzazione -

Benchmarking -

**Spesso il piccolo
imprenditore è
imprenditore ad una
sola dimensione...**

L'IMPRENDITORE È SEMPRE IN START UP



Cosa desiderano le PMI:

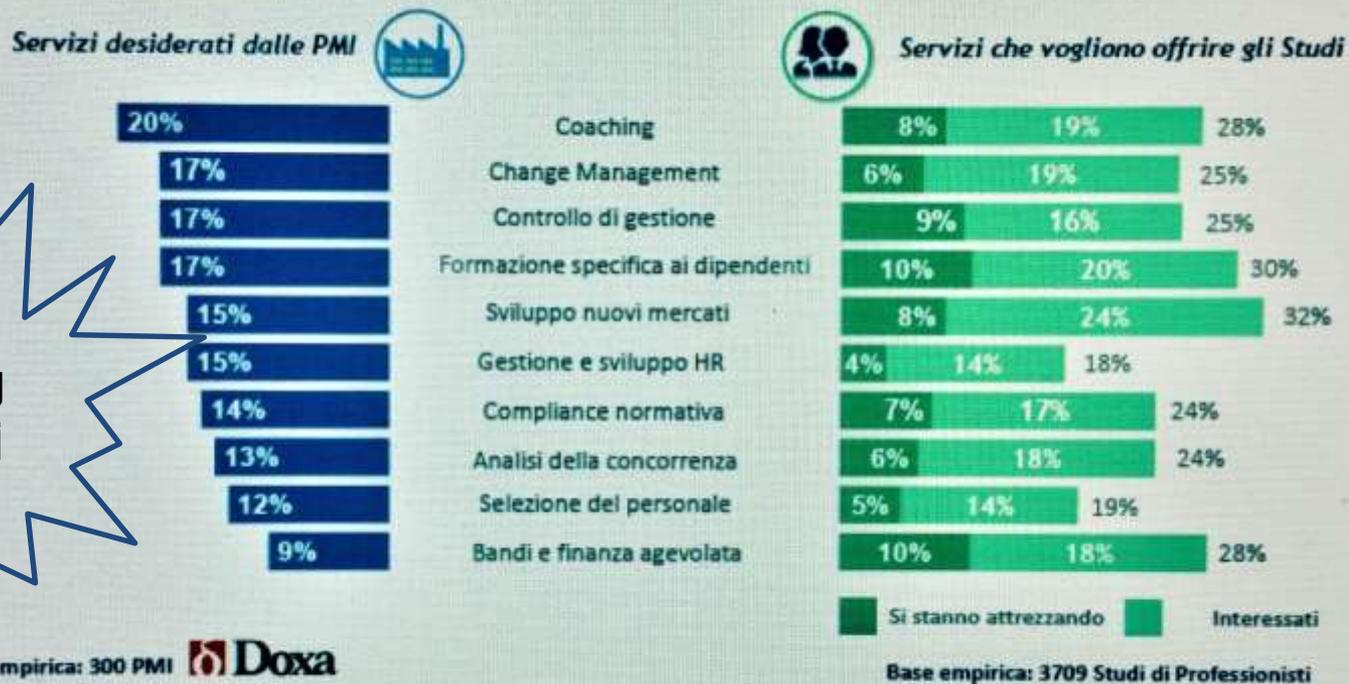
- Come raggiungere nuovi clienti/mercati
- Come fidelizzare i vecchi clienti
- Come controllare la gestione
- Come rendere efficienti i processi
- Come migliorare le relazioni con e tra i collaboratori
- Come ottimizzare le finanze e ristrutturare i debiti
- Come valutare gli investimenti
- Come prevedere gli andamenti economici
- ..

DOMANDA E OFFERTA DI SERVIZI

Fondazione Nazionale dei Commercialisti: Il processo di aggregazione e la digitalizzazione negli studi professionali.

- Luglio 2019 -

Figura 8 - I servizi desiderati dalle PMI e offerti dagli Studi



**Coaching
= stammi
vicino**

Fonte: Osservatorio Professionisti e Innovazione Digitale del Politecnico di Milano — edizione 2018-2019.

Una fondamentale legge del marketing: nelle PP.AA. si aspetta che l'utente manifesti le sue esigenze; tu, invece, devi sapere **COME SI SENTE OGGI IL TUO CLIENTE!**

IL PROFESSIONISTA-
IMPRENDITORE:
in cosa sei **unico** ?



Il commercialista è pur
sempre una
riduzione concettuale
del dottore in
economia.

Se il valore delle competenze si riduce sempre di più, investi in una STRATEGIA...



Non è più possibile seguire la strada della **leadership di costo**. Rimangono le vie della **focalizzazione** e della **differenziazione**.



differenziazione



focalizzazione



leadership di costo

CHI VUOI ESSERE

- Specializzazione
- Servizi a valore aggiunto
- Integrazione
- Partnership

Vendi idee, ma con una **BUONA STRATEGIA:**

1. organizzazione: innanzitutto coinvolgi, poi traccia le attività per cliente, programma e definisci budget, ruoli e deleghe;

2. comunicazione: crea una tribù virtuale di clienti e potenziali che si confronta regolarmente su temi di interesse comune, facendo emergere i bisogni reconditi del gruppo;

3. tecnologia: un'app che connetta il telefono dei clienti al sito web dello studio professionale per avere ogni documento o informazione a portata di mano. Investi in creatività e innovazione.



**DOVE
INVESTIRE**



IN UN MONDO COMPLESSO NON BASTA VENDERE **SOLUZIONI**, PERCHÉ LE SOLUZIONI VANNO BENE SOLO A CHI SA GIÀ DOVE ANDARE. VENDI **IDEE** 😊

tendenza alla sottocapitalizzazione

bassa managerialità

strutture insufficienti

inadeguati strumenti di controllo

Stai aiutando il tuo cliente a superare questi limiti?

scarsa formalizzazione dei ruoli interni

difficoltà a reperire risorse finanziarie

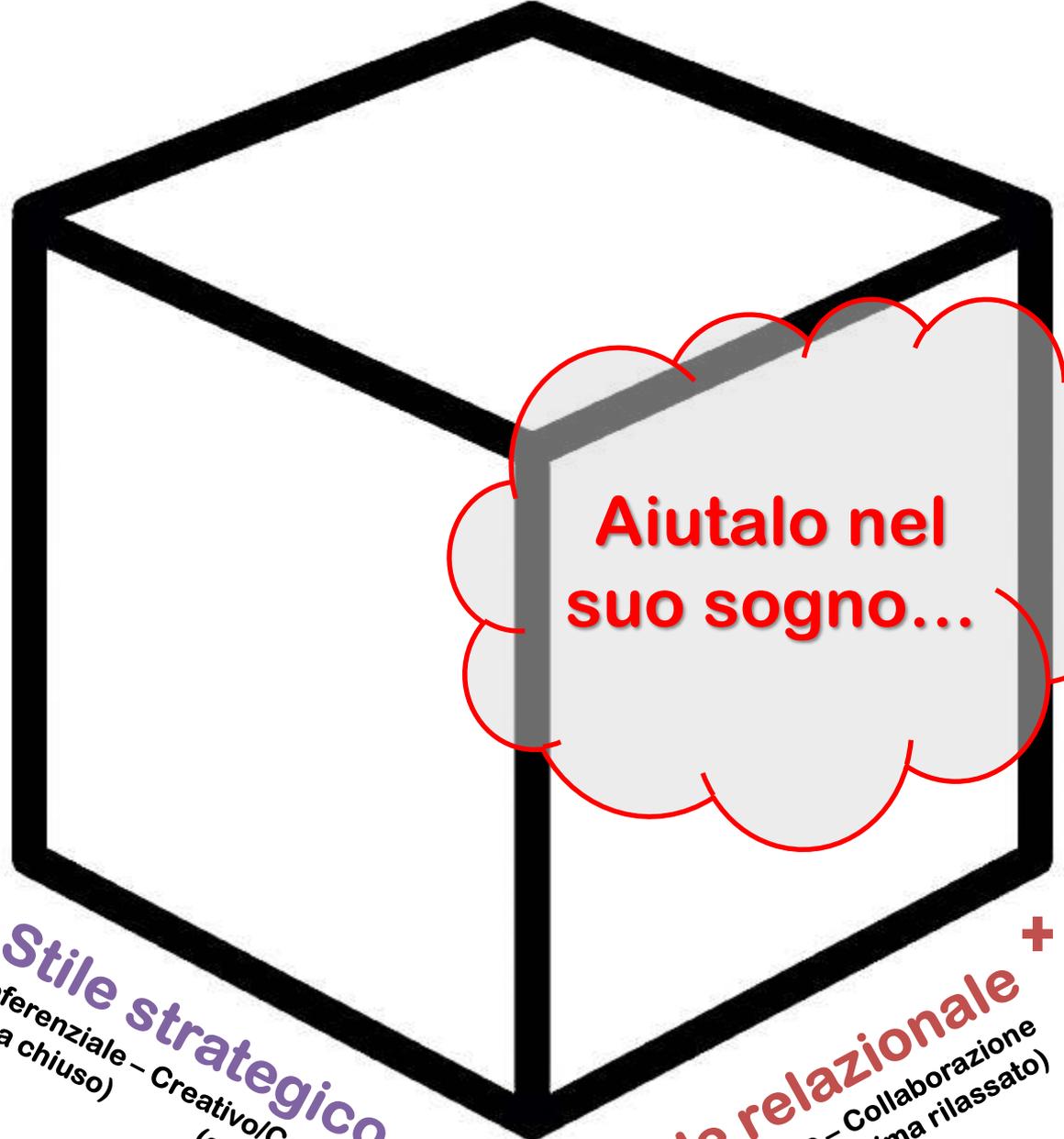
Progetta la «personalità» di un'azienda :

aiuta
l'imprenditore
a focalizzare
le sue energie
verso
mete
accattivanti !

+ Stile organizzativo |
Autorità – Autonomia
(delega ridotta) (delega diffusa)

- Stile strategico +
Autoreferenziale – Creativo/Contaminato
(sistema chiuso) (sistema aperto)

- Stile relazionale +
Competizione – Collaborazione
(clima teso) (clima rilassato)



**Aiutalo nel
suo sogno...**

PROCESSI DESTRUTTURATI (a redditività posticipata)

lavoro creativo: + efficacia e - efficienza



PROCESSI STRUTTURATI (a redditività immediata)
vendere > consegnare > incassare

COSA OFFRI?

[Per farti delle buone domande devi dimenticare tutte le risposte che presumi di conoscere già.]

Lavoro (CONTABILITÀ)

Valorizzato dal
tempo impiegato
o da altri
parametri
quantitativi.

Idee (CONTA-ABILITÀ)

Valorizzate dai
benefici prodotti,
indipendenti
dalla quantità di
lavoro.





FARE

L'unico modo per cambiare

IF YOU DON'T LIKE
WHERE YOU ARE, MOVE.
YOU ARE NOT A TREE!
© ALPHANOMEFLIPPING



II CAMBIAMENTO

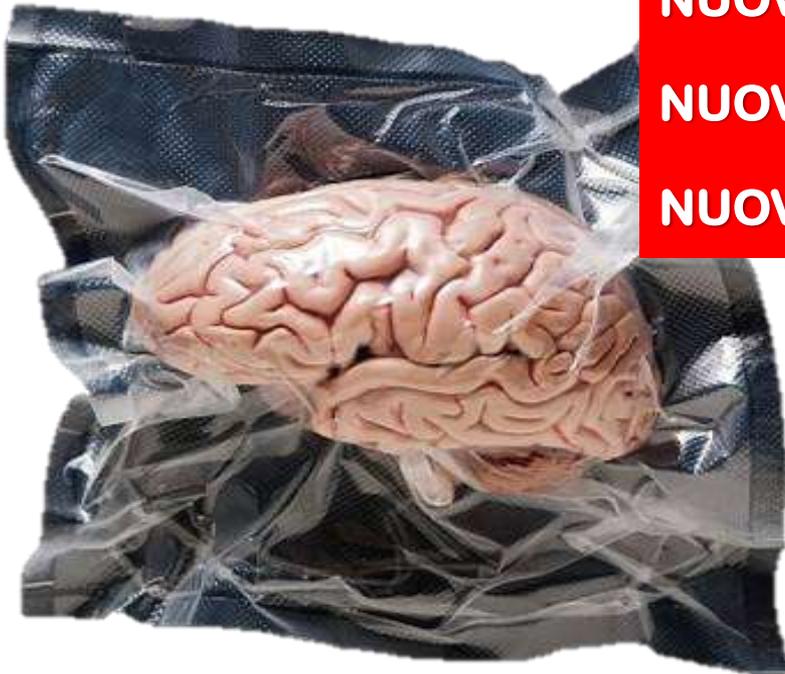
**Disimparare è più
difficile che
imparare.**

Se diventiamo più intelligenti quando impariamo nuove cose,
come diventiamo quando disimpariamo?

NUOVE IDEE

NUOVE ABITUDINI

NUOVE PROSPETTIVE



Una professione con un **MODELLO DI BUSINESS "LAW DRIVEN"**, servizi standardizzati, con un'organizzazione fortemente accentrata e non guidata da una vision spinge il cliente a ricercare non il commercialista bravo, ma quello che **COSTA MENO**.

La **DIFFERENZIAZIONE**, invece, evita la concorrenza e slega il **LEGAME PREZZO-VALORE** che appiattisce le parcelle.



Pauro del cambiamento e

radicamento
su ciò che si
sa già fare.





Il tono emotivo

è altamente
infettivo

[l'entusiasmo e
l'interesse, come il
pessimismo o la
rassegnazione]

Le idee
fioriscono
nelle
condizioni
climatiche
giuste...



LE BARRIERE ALL'AGGREGAZIONE

[Le domande sono legittime, ma troppe diventano una barriera]



- **PAURA** ad esplicitare i propri limiti
- **PAURA** nel comunicare ad altri le proprie idee
- **PAURA** di perdere il controllo sulla clientela



4

Lavora sugli
ATTEGGIAMENTI:
contano più delle
competenze !!!

ATTEGGIAMENTI

RELAZIONI

COMPETENZE



**Non ci sarà niente e nessuno
che ti dirà come e quando
cambiare:
il cambiamento segue i
cambiamenti...**

**IL CAMBIAMENTO
È UNA PORTA CHE SI APRE
SOLO DALL'INTERNO.**

Tom Peters

[...ma chi è capace di invertire i due fattori conquista il mondo!]



← Come ti stai preparando? →

[se guardi dove hanno già visto altri, raccoglierai le briciole...]

1.

complessità

2.

unicità

3.

benefici

4.

atteggiamenti



COACHING & TRAINING
info@giuseppesalvato.it
mob. 338 - 98.96.835
www.giuseppesalvato.it