
Le 3 cose da fare per rilanciare lo studio professionale

Data Articolo: 30 Novembre 2010

Autore Articolo: Antonino Salvaggio

I continui cambiamenti economico-sociali intervenuti negli ultimi anni impongono a tutti i professionisti di riflettere su quali potranno essere gli scenari futuri della professione, allo scopo di rivedere la “mission” dello studio professionale.

La continua ricerca del profitto finalizzata a promuovere, sostenere e sviluppare la competitività di uno studio professionale, spinge il professionista a offrire nuovi servizi alternativi e a specializzarsi.

Oggi infatti la **chiave per il successo** dello studio professionale è rappresentata dalla **specializzazione**. Occorre affiancare alle vecchie attività nuove specializzazioni investendo in conoscenza e comunicazione al fine di offrire prestazioni di eccellenza a maggior valore aggiunto.

Ma come iniziare? E quali sono le principali cose da fare per rilanciare lo studio professionale?

Sono 3 i passi da compiere

La **prima cosa** che ogni professionista deve **fare** è **specializzarsi**, cioè porsi come un punto di riferimento in una nicchia di mercato dove la concorrenza non è ancora arrivata (oppure ha solo parzialmente occupato) che consenta ancora ampi spazi di crescita e profitto. Occorre quindi che il professionista competa in nuovi settori professionali e offra la propria professionalità in quel segmento di mercato.

La scelta della giusta **nicchia di mercato** va fatta tenendo conto della propria “vocazione”, del proprio “talento” e delle proprie attitudini ricercando tra le proprie competenze quella che si sa fare meglio e bene. Occorre poi effettuare una adeguata **analisi della domanda** al fine di individuare il giusto target di riferimento, e quindi verificare sul piano operativo la fattibilità in relazione al mercato di riferimento confrontandosi anche con studi professionali concorrenti allo scopo di individuare nuove opportunità, limiti allo sviluppo e possibili alleanze.

Il mercato della consulenza offre oggi un ricco ventaglio di opportunità nel quale il professionista può muoversi: *finanziamenti, internazionalizzazione delle imprese, amministrazione di aziende e patrimoni, finanza e controllo, conciliazione, ristrutturazione debiti, contenzioso tributario, gestione del personale, etc....* sono ovviamente alcuni esempi (la specializzazione va scelta in maniera molto specifica).

La **seconda cosa** da fare è **definire uno standard di alta qualità** e **determinare l'onorario** da applicare al fine di assicurare l'andamento, la crescita e lo sviluppo dell'organizzazione professionale.

Offrire un **servizio di alta qualità** diventa una necessità per il professionista che vuole distinguersi.

Anche se non è affatto facile, la qualità deve essere sempre fatta percepire alla clientela: un servizio differisce da un bene tangibile e quindi è difficile per la clientela percepirne la qualità.

In ordine alla determinazione dell'onorario da applicare è opportuno sempre tenere come punto di riferimento la **tariffa professionale** come indicazione degli onorari raccomandati e ricordarsi sempre che il

professionista NON dovrebbe utilizzare l'onorario come elemento differenziante ma AUMENTARE piuttosto il **valore** e la **qualità del servizio** offerto per distinguersi dalla concorrenza.

Proprio per questo motivo, per il professionista diventa indispensabile sviluppare forti doti comunicative. Infatti, la **terza cosa** da fare è **comunicare efficacemente** la propria missione.

Possedere **nuove doti di analisi**, dimostrare **flessibilità e indipendenza** sono armi di indiscusso valore per il futuro dello studio professionale: saper vendere se stessi e le proprie capacità in contesti sempre nuovi e diversi può essere un elemento differenziante non di poco conto.

Per concludere, **specializzazione, qualità e comunicazione** possono rappresentare fattori critici di successo per trovare nuove opportunità e sviluppo, ma anche per valorizzare il capitale umano e il patrimonio di esperienze acquisite nel tempo.

Autore: Antonino Salvaggio - Centro Studi CGN

<http://www.il-commercialista-dei-professionisti.com>