

Benvenuti!





Il marketing dello Studio Tax/Legal

Massimo Casagrande
Senior Consultant
PBV&Partners

Vuoi essere aggiornato sul mondo Tax&Legal Triveneto?
www.globallegalchronicle.com/italia/index.php/triveneto

Professional Business Values

PBV & Partners Srl | Piazza della Repubblica, 10 | 20121 Milano
P.iva 06797060966
www.pbvpartners.com | info@bpvpartners.com





- Marketing significa risolvere i problemi dei clienti in modo profittevole per loro e per voi!
- Fare marketing significa analizzare la propria attività professionale dal punto di vista del cliente.

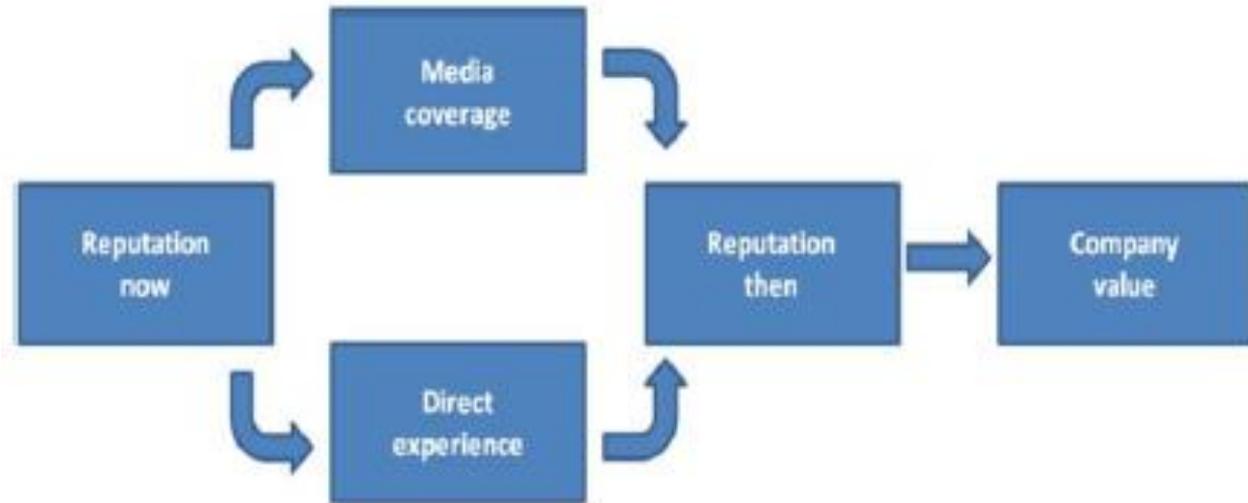
Guida alla gestione dei piccoli e medi studi professionali

Pubblicità 30 volte
Comunicazione 120
Marketing 152 volte



- Dal punto di vista del marketing i servizi TAX&LEGAL sono molto simili ai prodotti finanziari:
 - BENI FIDUCIA
 - ✓ Non si valutano prima dell'acquisto
 - ✓ Talvolta non è possibile compararli
 - ✓ Si acquistano sulla base della REPUTAZIONE
 - ✓ Es. Servizi sanitari / Bond, prodotti finanziari

Fig.1 - Delahaye Medialink Media Reputation Index



Fonte: K.C.Brown, B. Roed, 2002

- La reputazione è l'effetto di un suggestione positiva che proviene da un terzo disinteressato/indipendente

- **La reputazione è l'effetto:**
 - ✓ Dell'esperienza diretta di un cliente
 - ✓ Passaparola
 - ✓ Esposizione di mercato: *«quell'azienda è leader nel settore delle rinnovabili» / «quell'avvocato è uno stimato ordinario all'Università di ...»*

- **Il marketing Tax&Legal si occupa di creare, mantenere e gestire la reputazione attraverso:**
 - ✓ Interventi a seminari / convegni
 - ✓ Costruzione di relazioni
 - ✓ Presenza sui media

- ✓ La progressiva integrazione dell'economie UE genera nuovi bisogni per i clienti in termini di servizi professionali
- ✓ Dal punto di vista della relazione con il cliente è possibile che l'aspetto personale diventi meno importante perché la riduzione dell'assimmetria informativa e la trasparenza rendono la competizione più forte
- ✓ L'internazionalizzazione delle transazioni commerciali anche a livello extra UE genera nuove esigenze anche per il mercato delle PMI
- ✓ La tecnologia sta portando ad un processo di riorganizzazione anche per le attività professionali
- ✓ UE e molti Stati membri stanno preparando basi normative per riorganizzare i servizi professionali > concorrenza

- ✓ È probabile che il mercato si concentri verso collaborazioni tra studi che diventeranno Studi Europei
- ✓ È probabile che le Banche e altri players si espandano nel mercato dei servizi professionali
- ✓ È probabile che la concorrenza crescerà
- ✓ È probabile che una grossa fetta delle attività svolte dai professionisti si concentrerà su servizi più sofisticati, a maggior valore aggiunto.

Ircdec focus aree attività

Competenza	2012 - 2014
Contabilità	91% - 93,4%
Bilanci	90,1% - 89,1%
Bilanci tecnici	15,2% - 13,2%
Consulenza fiscale	90,5% - 91,2%
Contenzioso tributario	56,3% - 55,4%
Amministrazione di aziende	20,1% - 18,4%
Amministrazione di patrimoni/beni	7,6% - 6,5%
Liquidazione di aziende	28,6% - 25,6%
Perizie, valutazioni, pareri	48,5% - 42,5%
Costituzione di società	61,5% - 57,9%
Operazioni straordinarie	39,8% - 32%
Sistemi tra eredi, , sistemazioni patrimoniali e tra familiari	20,6% - 18,5%
Business plan/finanza agevolata	18,6% - 15,8%
Consulenza societaria	56,2% - 51,6%
Consulenza in procedure concorsuali	11,9% - 9,9%
Arbitrati	3,2% - 2,7%
Consulenza aziendale (controllo di gestione)	29,1% - 25,8%
Valutazione patrimonio persone giuridiche	13,2% - 10,4%
Consulenza agli enti locali	4,7% - 5,4%
Bilanci sociali/ enti no profit	18,2% - 17,6%
Consulenza finanziaria/rapporti bancari	12,9% - 11,4%
Inoltri telematici	56,5% - 59,1%
Pratiche amministrative	38,3% - 39,3%
Consulenza del lavoro	20% - 24,4%
Amministrazione del personale	14,4% - 17,2%

- 1) Declino manifatturiero, delocalizzazione, M&A
- 2) Mutamento della domanda verso una richiesta di consulenza strategica
- 3) Passaggio da economia industriale e economia di servizi: domanda di assistenza differente (elettromedicale, nuove tecnologie)
- 4) Richiesta di supporto internazionalizzazione

- ✓ Dichiarazione dei redditi:
Caf, Associazioni categoria
- ✓ Standardizzazione del reddito dovuta a redditometro/spesometro, studi di settore
- ✓ Standardizzazione delle operazioni di contabilità e paghe: contabilità online a 36 euro, paghe a 5 euro
- ✓ Aumento della competenza dei direttori amministrativi
- ✓ I nuovi bisogni delle aziende che ricercano:
 - chi ristrutturati i loro debiti > garanti merito creditizio
 - chi sia in grado di aiutarle a liberare risorse da dedicare alle vendite > consolidare i loro costi
 - chi organizzi la struttura dal punto di vista finanziario, della redditività, dei processi
 - Gestione della crisi > attività di prevenzione
 - Prevenzione > 231 e Modelli Organizzativi
- ✓ Beni sequestrati

1

- Comunicazione e promozione;
- Approccio reattivo;

2

- Aggiunge relazioni *media* / piano di marketing;
- Formazione professionisti;

3

- Approccio strategico - proattivo: opportunità e bisogni del mercato;
- Piani di marketing per aree di *practice*;

4

- Focus su: profittabilità e *pricing*;
- Figura dedicata al marketing;

Canali per veicolare la reputation



- **Canali Tradizionali: pubblicazioni nel mondo scientifico / accademico, pubblicazioni specializzate (consumatori/riviste mondo industriale)**
- **In un mondo globalizzato è importante presidiare le riviste specializzate: Legal Week, The Lawyer, Global Legal Post**
- **La stampa economica**
- **Appartenenza a network Tax&Legal**
- **Eventi**
- **Legal Directories (tripadvisor)**

Focus: legal directories (annuari)

- La rivista International In-House Counsel ha condotto una intervista a 20.000 legali in-house azienda chiedendo:
 - *Se utilizzate legal directories (annuari) per identificare i legali a cui assegnare incarichi, quali utilizzate?*

Chambers&Partners 51%
Legal 500 22%
Martindale 14%
Practical Law Company 7%
Who's Who Legal 6%

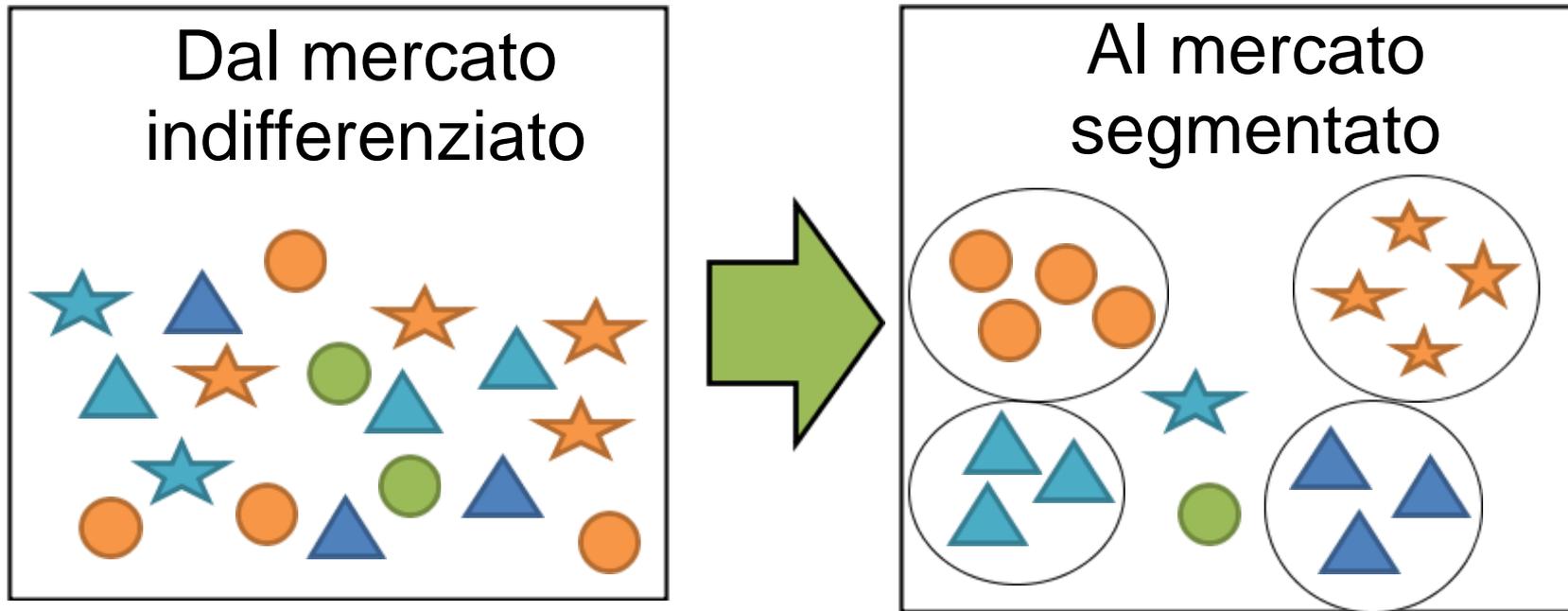
- Sarà il futuro per tutti?
- Quali rischi si corrono a non esserci?



Le 4+3 P del marketing

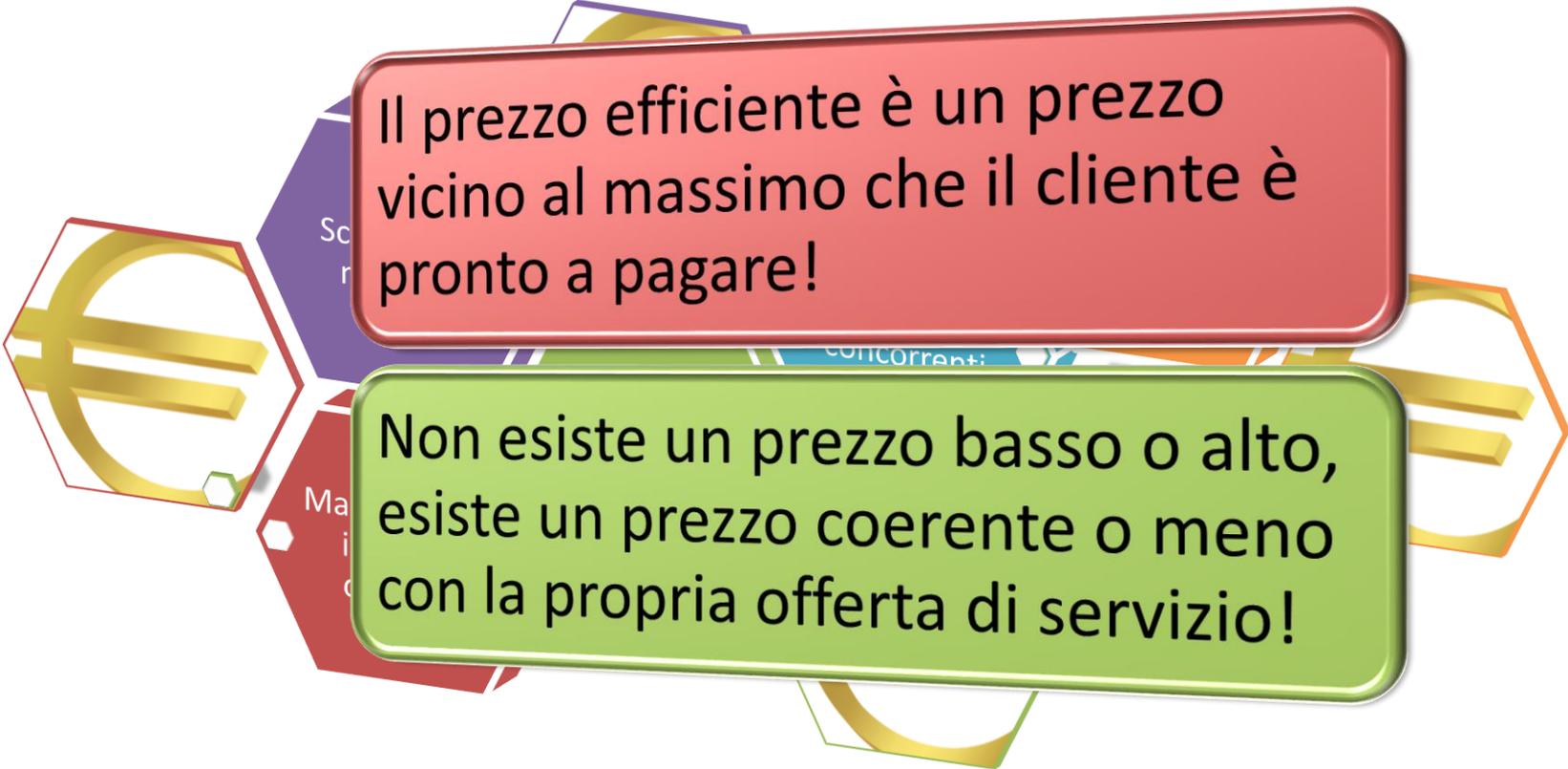


1) P: (*product*) servizio / valore per il cliente



È ancora pensabile rivolgersi a tutti i clienti presenti sul mercato?

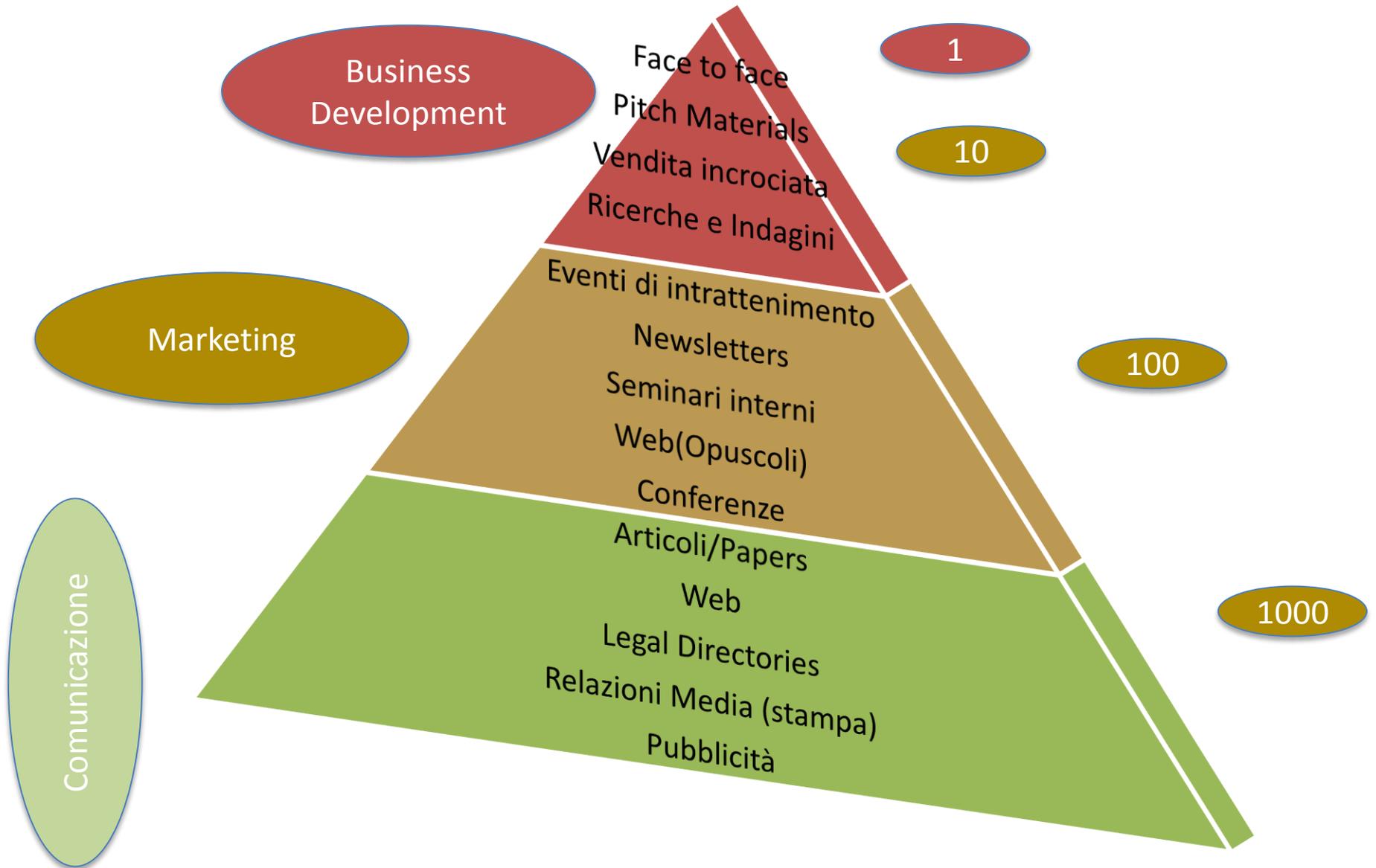
2) P: (*price*) prezzo / costo per il cliente



Il prezzo efficiente è un prezzo vicino al massimo che il cliente è pronto a pagare!

Non esiste un prezzo basso o alto, esiste un prezzo coerente o meno con la propria offerta di servizio!

3) P: (*promotion*) promozione e comunicazione



4) P: (*place*) le modalità di erogazione del servizio



Parcheggi

Accoglienza

Tecnologia

Coworking



Orari

5) P: (*people*) i professionisti e lo staff



Curare la relazione non solo con il cliente!

6) P: (*process*) i processi / metodologia di lavoro



7) P: (physical evidence o signals)

Rendere tangibile l'intangibile



Test 1): elevator speech

In ascensore con un potenziale cliente, avete 45 secondi per presentarvi professionalmente, distinguendovi dai vostri colleghi.
Tra le prime battute, cosa dite



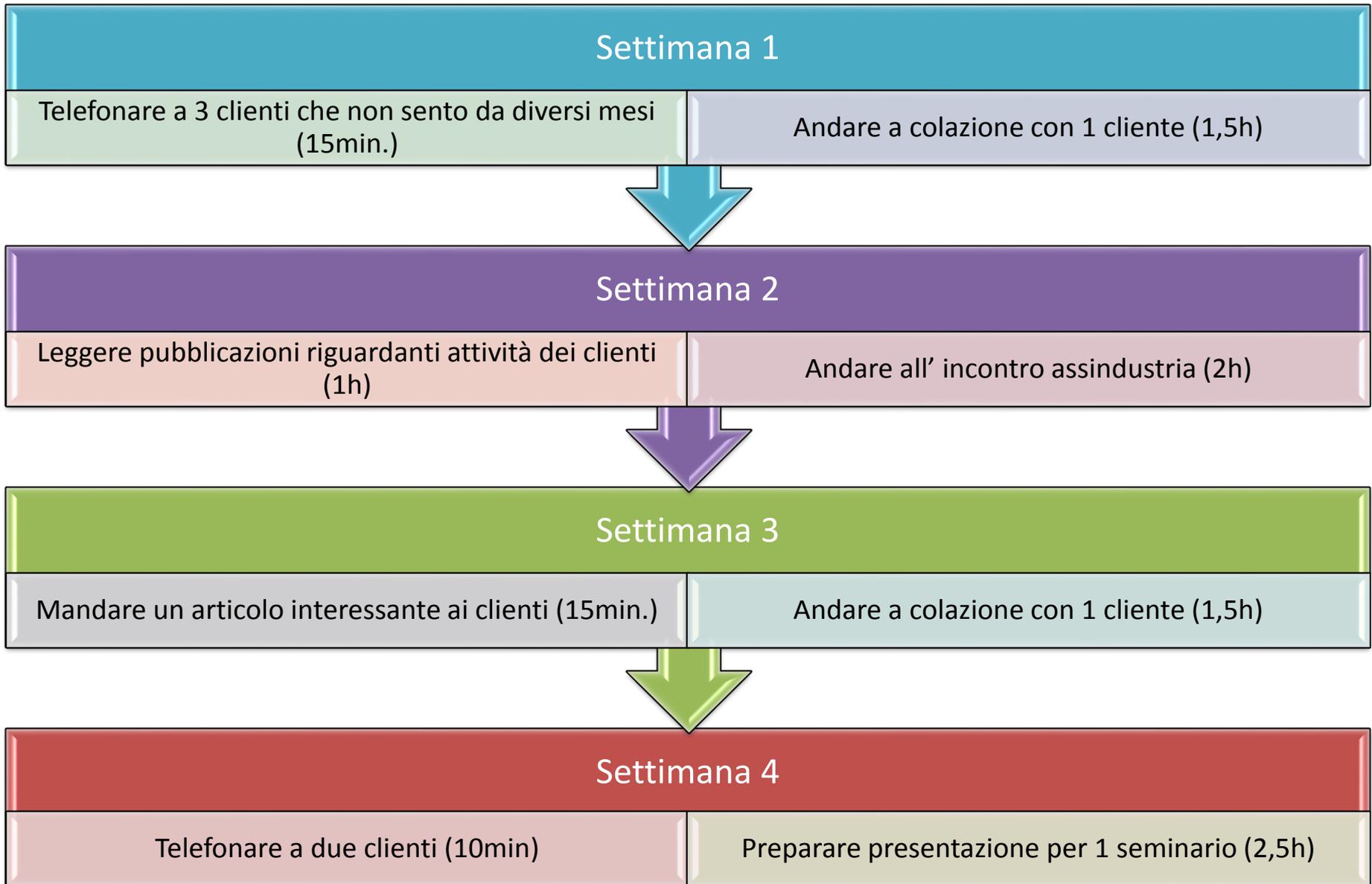
Test 2): trova la tua USP

USP = Unique Selling Proposition

**Questo è il
computer
più sottile
al mondo!**



Test 3): 4 settimane di marketing



Test 4): domande utili



Prima di salutarci:

Ieri

Linked-in, Twitter, Facebook,
Seminar, Podcast non
esistevano

Ripetitività dei clienti e dei
servizi

Il cliente si presentava con
dei bisogni

Un ottimo servizio era
sufficiente

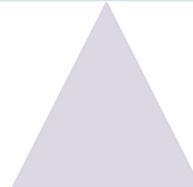
Oggi

Creare occasioni di contatto
frequenti

Rincorsa dei clienti e dei
servizi

Essere proattivi

Una proposta di valore



Grazie!



- AA.VV., Gli studi professionali, organizzazione, gestione e controllo, Simone Editore
Hodges, Picchi, Strumenti e casi marketing per avvocati, Utet
Parigi, P., Marketing e organizzazione dello studio legale, Sole 24H
Vecchiato G. , Zicari S., Il primo incontro non si scorda mai, FrancoAngeli
De Bono E., Sei cappelli per pensare, Bur
De Masi D., Il futuro del lavoro, Bur
Munari B., Da cosa nasce cosa, Laterza
Cooper J., Il secolo imprevedibile, Elliot
Getz I., Le vostre idee cambieranno tutto, Sole 24H
De Toni F., Prede o Ragni, Utet
Kotler P., Il marketing laterale, Sole 24H
AA.VV., Strategia di sviluppo dello studio del commercialista, Maggioli
Rampini F., Slow Economy, Mondadori
Young L., Marketing the professional services firm, Wiley
Ballardini, Gesù lava più bianco, Minimum Fax
Goleman D., Lavorare con intelligenza emotiva, Bur
Zanolli S., Una soluzione intelligente alle difficoltà quotidiane, FrancoAngeli
Gladwell M., In un batter di ciglia, Mondadori
Munari B., Design e comunicazione visiva, Laterza
Vecchiato G., Napolitano E.M., Marketing, Comunicazione e Relazioni Pubbliche per gli Studi Professionali, FrancoAngeli
D'Agnolo M., Strategia ed organizzazione degli Studi Professionali, Frizzera Sole 24H
Garr R., Presentation Zen, Pearson Informatica
Armstrong J., Il potere segreto della bellezza, Guanda
www.nuovoutile.it
Schultz M., Professional Services Marketing, Wiley
Pritchett P., Managing Sideways, Rummeler Brache
AA.VV., Building a law firm business development culture, Wiley
Livraghi G., La strategia, www.gandalf.it
Levitt T., Miopia di Marketing, <http://johnstockmyer.com/enmu/MarketingMyopia.pdf>
Hall, J., Arte e scienza nella gestione dei processi, Harvard Business Review
George M., What is lean six sigma?, Pragmata
AA.VV., Comunicare le professioni intellettuali, Spazio Ferpi
Rullani E., La fabbrica dell'immateriale, Carocci
Stumpo C., La gestione dello studio legale, Sole 24H
© 2013 - PBV & partners
Testa A., La creatività a più voci, Laterza
Dijkster H., L'istinto del linguaggio, Mondadori

Massimo Casagrande

Senior Consultant
PBV & Partners Srl

Milano
Piazza della Repubblica, 10
20121 Milano

Bassano del Grappa
Piazzetta Cornaro 7
36061 Bassano del Grappa (VI)

Mobile + 39 338 99 43 129

Tel +39 02 87381372

Fax +39 02 36510078

E-mail: massimo.casagrande@pbvpartners.com

- Scopri la legal directory su www.centrostudipbvpartners.com
- Scopri come si evolvono i mercati globali su www.globallegalchronicle.com/Italia
- Scopri il mondo **tax&legal triveneto** su www.ilnorddestquotidiano.com/tax-legal

