



IL MERCATO

Ogni struttura che non si ponga il mero obiettivo della “sopravvivenza”, ma che aspiri piuttosto a mantenersi competitiva nel tempo, è **orientata verso il mercato**.

La **Qualità** può essere definita come “il grado di soddisfazione dei bisogni e dei desideri del cliente al costo minimo e in misura superiore alla concorrenza”.

Ma questa soddisfazione è duratura ?

La fiducia conquistata presso il cliente deve essere di continuo rafforzata. Per fare questo, è necessario essere in grado di **reagire con rapidità alle sollecitazioni** dell'ambiente, migliorando nel contempo la qualità dei servizi proposti.

Il mercato dei servizi è interessato da molteplici fenomeni destinati ad incidere profondamente anche sulla struttura e sulle modalità di svolgimento delle attività professionali: globalizzazione, standardizzazione, specializzazione.

La concorrenza svolta da società di servizi, da società professionali di estrazione estera, la circolazione in tempo reale delle informazioni, il tecnicismo di alcune prestazioni e l'incremento dei componenti dello Studio, sono le principali ragioni che impongono una maggiore attenzione a modelli di efficienza, razionalità, economicità.

L'esigenza di assicurare nel tempo continuità di servizio, costanza degli standard qualitativi, ampliamento dei contenuti e allo stesso tempo, crescita dei livelli di specializzazione professionale, richiede dunque inevitabilmente **un'attenzione particolare al fattore organizzativo**.

L'evoluzione dell'attività professionale evidenzia una sempre minore importanza del rapporto diretto cliente-professionista. Cambiano i modelli organizzativi: dallo Studio del singolo professionista allo Studio associato - anche interdisciplinare, dalla struttura basata su piccole realtà, all'organizzazione di società di mezzi che offrono al “consulente professionista” sedi strutturate, personale adeguato, supporti tecnologici.

Il cambiamento del mercato è dunque un dato di fatto – in qualsiasi ambito: **il mercato è già cambiato, sta cambiando continuamente**. Dobbiamo entrare nell'ottica di “**gestire il cambiamento**”, e dobbiamo cercare di farlo a partire da noi stessi.

Vivere in uno stato di continua turbolenza, sballottati da continui cambiamenti, può risultare alquanto stressante, a meno che non si possieda **una visione atta a comprenderli ed accettarli**.

Il cambiamento è un “**disturbo**” o piuttosto un’ “**opportunità**” ?

In genere, il cambiamento è considerato come un disturbo: la domanda è sempre più dinamica, e la clientela è più esigente, più informata, più sofisticata.

Tuttavia, dall'altra parte c'è l'opportunità.

Quali sono, in sostanza, gli attuali problemi di uno Studio Professionale (e di ogni altra struttura/organizzazione) ?

Bisogno di acquisire clienti nuovi, imparare come recuperare quelli persi, come seguirli e sollevare in loro esigenze, come trasformare acquirenti occasionali in abituali, come distinguersi dalla concorrenza, come gestire i clienti difficili e come gestire i prezzi.



E' importante tendere ad offrire un servizio di qualità, atto a **sollevare (e soddisfare) delle necessità non sentite prima**, distinguendosi così dalla concorrenza.

Questo è il grosso cambiamento del mercato di oggi.

Invece di limitarsi a ricevere passivamente la richiesta, si dovrebbe piuttosto **“invertire la marcia”** e lavorare sul cliente per conoscere le sue esigenze, i suoi bisogni e le sue necessità. Non dimentichiamoci, peraltro, che non sempre questi bisogni sono palesi ed espressi, talvolta rimangono latenti.

La **gestione di una realtà organizzata**, tesa all'efficacia e all'efficienza - con i suoi metodi e strumenti - porta lo stesso cliente ad apprezzare la **qualità offerta**, che è:

- a) programma a priori, dunque **ricercata in maniera proattiva**, e
- b) monitorata, con l'obiettivo di migliorarla nel tempo.

La “gestione del cambiamento” può essere considerata l'imperativo di questi anni.

Lo sforzo di tutti deve dunque essere teso a non percepire i cambiamenti come “disturbi”, problemi, reagendovi emotivamente, ma ad accoglierli come **una buona occasione: la scelta spetta ad ognuno di noi.**