

Molte categorie di professionisti, artigiani e tecnici hanno difficoltà a individuare piccole opportunità facilmente realizzabili di business. La spesa di famiglie, coppie e single non è espandibile all'infinito, tutti hanno problemi di budget e devono fare delle scelte. Non si può continuamente proporre ai propri clienti di acquistare prodotti e servizi. E' anche vero che se qualcuno offre un servizio innovativo, chiaramente utile, a un prezzo ragionevole, le persone manifestano rapidamente interesse.

Prendiamo ad esempio il lavoro di meccanici, idraulici e tecnici della manutenzione in genere, per fare alcune considerazioni. Non tutti fanno tagliandi regolari alle automobili, specialmente se acquistate di seconda mano. A volte si tende a rimandare la manutenzione dell'impianto di riscaldamento domestico e di alcuni elettrodomestici come la lavatrice.

In casi come questi, qualsiasi professionista che abbia la cura di raccogliere indirizzi email, nominativi e numeri dei propri clienti (per farlo in maniera corretta puoi cercare in rete la soluzione adeguata), può segnalare loro con un messaggio l'opportunità di fare manutenzione, in un momento in cui questo abbia senso.

Questa categoria di lavoratori non sempre ha molto tempo per ideare nuovi servizi ma sul web e su youtube in particolare esistono tutorial di tutti i tipi. Un bravo professionista capisce rapidamente quando il video mostra una procedura che può funzionare, anche quando non ne ha fatto diretta esperienza con i suoi clienti e comunque può decidere di testare quanto mostrato. In poco tempo può dunque impadronirsi di nuove tecniche e proporle ai suoi clienti in vari modi.

Questo è solo un esempio per dire che un po' di tempo e curiosità, oltre alla voglia di innovare, possono rinverdire l'interesse dei vostri clienti per il vostro lavoro.

Se vuoi aggiungere le tue considerazioni lascia un commento.