

Witajcie w świecie doradców

Przedsiębiorcy i osoby prywatne powinni na co dzień korzystać z usług doradców podatkowych, ci zaś – ze wsparcia fachowców pozwalających im pozyskać oraz utrzymać relacje z klientami. Na razie współpraca na wszystkich frontach szwankuje

Słyszę często od firm doradczych i doradców podatkowych, że w tych wydawałoby się trudnych czasach nie mogą narzekać na brak pracy. Nieustannie dostarcza jej zawile i zmieniające się prawo podatkowe jak również rosnąca liczba skomplikowanych transakcji, przy których ich udział jest niezbędny. Każdy z nas – prywatnie, jako osoba fizyczna – powinien pracować z doradcą regularnie, bo napotka podatek od nieruchomości, spadków i darowizn, będzie płacił podatek dochodowy, odczuje potrzebę zabezpieczenia rodziny w razie śmierci itp. Dlaczego zatem wciąż tak mało osób korzysta ze stałej współpracy z doradcą podatkowym, przypominając sobie o niej jedynie raz w roku: podczas rozliczania PIT-ów?

Chcąc odpowiedzieć sobie na to pytanie przeprowadziłam mini badanie w gronie osób związanych z biznesem. Okazało się, że wiele z nich – skądinąd bardzo świadomych biznesmenów – uważa, że rynek usług doradztwa podatkowego zdominowany jest przez firmy z grona tzw. „BIG 4”, na które nie każdego stać.

Rzeczywiście, można wysnuć taki wniosek przeglądając prasę codzienną. Wynika to jednak wyłącznie z braku świadomości samych doradców podatkowych pracujących w średnich oraz mniejszych firmach. Mając obecnie pracę nie myślą perspektywicznie i nie zajmują się pozyskiwaniem nowych klientów ani kreowaniem swojego wizerunku. Natomiast we wspomnianych firmach z grona „B4” od lat całe sztaby

ludzi pracują nad strategią rozwoju, działaniami marketingowymi oraz business&development.

A przecież tak jak usługi doradztwa podatkowego nie są zarezerwowane tylko dla największych firm, tak samo dbałość o relacje z klientem i działania marketingowe powinny być częścią działalności każdego, kto sprzedaje swoje usługi.

Wiara, że klient przyjdzie sam do doradcy podatkowego staje się powoli wiarą w cud. Co nie zmienia postaci rzeczy, że część klientów jest tuż obok – to ludzie, którzy nie zdają sobie sprawy z tego, że potrzebują usług doradców podatkowych, czyli ogromna część przedsiębiorców. To na doradcach podatkowych spoczywa obowiązek edukowania społeczeństwa w tych kwe-

stacjach. W ten sposób wykształcą nowych, świadomych klientów.

W Londynie nawet prowadzący jednoosobową działalność gospodarczą korzystają z usług doradztwa podatkowego. Korzystają, bo po pierwsze są dla nich przygotowywane specjalne oferty, po drugie sami wiedzą ile mogą zyskać dzięki takiej pomocy. Co więcej, świadczący tego rodzaju usługi wyciągają już rękę również do polskich przedsiębiorców, przygotowując oferty w naszym języku.

Wszelkiego rodzaju doradztwo przeżywa dziś rozkwit. Ludzie chcą być lepsi, zatrudniają coachów, szkolą się. Firmy szukają oszczędności, każda zatrzymana złotówka zostaje odnotowana. Jest to więc również czas doradców podatkowych, profesjonalistów i specjalistów w swojej dziedzinie. Świadczą o tym sądowe statystyki oraz opinie w branży. Doradcy podatkowi mają wiedzę, kompetencje, doświadczenie. Teraz muszą tylko w umiejętny sposób zawalczyć o klienta. Znają się na podatkach więc warto aby zwrócili się do... doradców, znających się na zachowaniach klientów i wiedzących, jak ich pozyskać. Właśnie w taki sposób działający doradcy podatkowi mają szansę wyróżnić się i być innowacyjnym a tym samym utwierdzić swoich obecnych klientów w słuszności decyzji oraz zaistnieć w świadomości potencjalnych partnerów.

Przyszłość już nadeszła. Największy kawałek rynkowego tortu dostaną ci, którzy potrafią się w niej odnaleźć. 📌



Dorota Hołubiec
Partner Smart Communication Group

Dorota Hołubiec

FOT.: MARCIN KLUCZEK