

Far crescere lo studio focalizzandosi sui clienti e sul marketing



ORDINE DEI
DOTTORI COMMERCIALISTI
E DEGLI ESPERTI CONTABILI
DI PALERMO



CAMERA DI COMMERCIO
PALERMO ENNA



EVENTO / PALERMO - Sede ODCEC
Via Emerico Amari, 11 - 12° Piano
Mercoledì 3 dicembre 2025 (orario 9:30-12:30)

PRESENTAZIONE

Clienti fedeli, servizi eccellenti e professionisti soddisfatti sono i tre ingredienti fondamentali per il successo di uno studio professionale. Per ottenere questo risultato è necessario organizzare al meglio lo studio e gestirne i processi in modo efficiente.

Questo evento è pensato per fornire a soci e professionisti degli studi spunti e strumenti utili per **sviluppare la propria base clienti** e ottimizzare il valore di ciascun cliente.

Il programma è strutturato in due parti: la prima sul contesto competitivo e i trend in atto nel settore, la seconda su come definire il posizionamento strategico dello studio, massimizzare il valore dei clienti attuali e **acquisirne di nuovi**.

Durante l'evento verranno condivisi con i partecipanti esempi concreti, strumenti di lavoro e **casi pratici** per applicare da subito questo approccio nella propria realtà. Inoltre, sarà facilitata la condivisione e il confronto con gli altri professionisti presenti.

PROGRAMMA

- 9.30 **Saluti e apertura lavori**
Nicolò La Barbera - *Presidente Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Palermo*
Alessandro Albanese - *Presidente Camera di Commercio Palermo Enna*
Giuseppe Lo Biundo - *Software In S.r.l.*
- 9.45 **Contesto competitivo e strategia in atto**
- Trend e principali sfide del settore
 - Elementi chiave di un'organizzazione professionale
 - Diversi modelli di business dell'organizzazione professionale
- Marketing e conoscenza dei propri clienti**
- Processo di marketing in un'organizzazione professionale
 - Come ascoltare i clienti
 - Vendere ai clienti esistenti
 - Vendere ai nuovi clienti
 - Come i clienti scelgono
 - Come impostare un programma di marketing
- Approccio commerciale e posizionamento strategico**
- Come organizzare lo studio intorno al cliente
 - Come segmentare la clientela
 - Come definire strategia di vendita e posizionamento
- Esempi pratici**
- 12.30 **Conclusioni**

Relatori

Bernardo Bertoldi - *Dottore Commercialista. Docente presso il Dipartimento di Management dell'Università di Torino, presso ESCP-Europe e presso la LUISS (Marketing, Family Business Strategy e Competitive Analysis). Membro del CIFE - Cambridge Institute for Family Enterprises fondato dal prof. John Davis dell'Harvard Business School. Editorialista de Il Sole 24 Ore per cui tiene la rubrica familyand trends. È uno dei soci fondatori di 3H Partners.*

Olindo Giamberardini - *Responsabile marketing di prodotto. Sistemi S.p.A.*

Partner:



Softwarein



sistemi®

PALERMO | ALCAMO