

როგორ აჩვენოთ მცირე და საშუალო საწარმოებს თქვენი რჩევების ღირებულება: ინფორმაცია ბუღალტრებისთვის ჩვენი უახლესი კვლევის ანგარიშიდან

ავტორი: მელისა ტრედინიკი | 30 მარტი, 2021

რადგანაც 2021 წელს მცირე და საშუალო საწარმოები განაგრძობენ ახალ და მრავალფეროვან გამოწვევებთან შეჭიდებას, გარდაუვალია, რომ მომსახურება, რომელიც მათ სჭირდებათ შესაბამისად ასევე იცვლება.

ბრექსიტისა და პანდემიის შემდგომ პერიოდში ბიზნესის მფლობელები ეცდებიან ფეხზე წამოდგომას და მომავლის დაგეგმვას, ამ ყველაფერთან ერთად კი ფულის დაზოგვას.

ვინაიდან ბიზნესის სფეროში ზოგად ექსპერტულ ცოდნაზე მოთხოვნა აჭარბებს ტექნიკური რჩევების საჭიროებას, მცირე და საშუალო საწარმოებმა შეიძლება თავიანთი ბუღალტრების უგულებელყოფა დაიწყონ.

თუმცაღა, მრავალი ბუღალტერი გვთავაზობს ამ ტიპის მომსახურებებს, მათ უბრალოდ უჭირთ მათი ეფექტიანად რეკლამირება. ჩვენმა უახლესმა ანგარიშმა ცხადყო ბუღალტრებსა და მათ კლიენტებს შორის ურთიერთგაგების პრობლემა.

ეს მიანიშნებს უზარმაზარ შესაძლებლობაზე ბუღალტერთათვის, შეიტყონ, თუ რა სახის რჩევები სჭირდებათ მცირე და საშუალო საწარმოებს და დაუმტკიცონ მათ, რომ ისინი სწორ გადაწყვეტილებებს სთავაზობენ.

რას ელიან მცირე და საშუალო საწარმოები საკონსულტაციო მომსახურებისგან?

როგორც ჩანს, ყველაზე დიდი გაუგებრობა იმასთან არის დაკავშირებული, თუ რა სახის კონსულტაციის გაწევა, მცირე და საშუალო საწარმოების აზრით, შეუძლია მათ ბუღალტერს.

ჩვენმა [ახალმა კვლევამ](#) დაადგინა, რომ 2020 წლის ბოლოსათვის, მცირე და საშუალო საწარმოების წინაშე მდგარ ყველაზე დიდ გამოწვევებს შორის იყო ფულადი სახსრების მოძრაობა, დაგვიანებული გადახდები და კრიზისის შემდგომი რეაბილიტაცია. მიუხედავად ამისა, ბიზნესის მფლობელები ბუღალტრებს ამ საკითხებზე რჩევების მისაღებად არ მიმართავენ.

როგორც ჩანს, მცირე და საშუალო საწარმოები ან არ არიან დარწმუნებულნი, რომ მათ ბუღალტრებს საკმარისად კარგად ესმით, თუ როგორ მუშაობს მათი ბიზნესი, ან უბრალოდ არ იციან, რომ ისინი ამ მომსახურებებს საერთოდ სთავაზობენ, რასაც მოწმობს ჩვენს ანგარიშში მოყვანილი უკუკავშირი.

„მე მჭირდება ისეთი ტიპის რჩევები, როგორიცაა ის, თუ როგორ უნდა იპოვო კლიენტები... როგორ უნდა გაყიდო და მოახდინო საკუთარი თავის რეკლამირება? ვფიქრობ, მე არ ვარ საკმარისად დიდი იმისათვის, რომ დამჭირდეს ისეთი სახის ბიზნეს რჩევები, რომლებიც

ბუღალტერს აინტერესებს, კერძოდ, სტრუქტურირება და გადასახადები და ისეთი საკითხები, რომლებზეც რიცხვების მატებასთან ერთად უნდა იფიქრო.

თქვენს კლიენტებს შეიძლება მიაჩნდეთ, რომ თქვენს კომპეტენციაში მხოლოდ და მხოლოდ რიცხვები შედის და თქვენ ვერ შეძლებთ ან არ მოისურვებთ უფრო ზოგადი ხასიათის, სტრატეგიული ბიზნეს რჩევების შეთავაზებას. თქვენ თავად შეგწევთ ძალა, მათ საპირისპირო დაუმტკიცოთ.

ჩვენეთ, რომ ეს ამაღ ნამდვილად ღირს

ამ სახის გაუგებრობამ შეიძლება დამატებითი პრობლემები გამოიწვიოს. როდესაც კლიენტებს არ სჯერათ, რომ თქვენ სთავაზობთ მათთვის საჭირო სახის მომსახურებას, ისინი არ მოისურვებენ რჩევისთვის უფრო მეტის გადახდას.

ჩვენს ანგარიშში მოყვანილი ორი მნიშვნელოვანი სტატისტიკური მონაცემი გვიჩვენებს, თუ რამდენად მცირე ღირებულებას ანიჭებენ მცირე და საშუალო საწარმოები ამ სახის ცოდნას. **43% ამბობს, რომ წელიწადში 1,000 გირვანქა სტერლინგზე მეტს ბიზნეს კონსულტაციისთვის არ გადაიხდის, ხოლო 50% ამბობს, რომ შეიძლება ბუღალტერს რჩევისათვის ფასის გამო არ მიმართოს.**

ბიზნესის მფლობელები შეიძლება თვლიდნენ, რომ ამგვარი სახის კონსულტაცია ფულის ფლანგვაა, რომელიც ძალიან მცირე სარგებელს იძლევა. თუმცა კი, ხარისხიანი ბიზნეს კონსულტაცია შეიძლება ღირდეს ინვესტიციად, განსაკუთრებით არსებულ გარემოში.

როგორც მცირე და საშუალო საწარმოების ბუღალტერმა, თქვენ უნდა დაუმტკიცოთ თქვენს კლიენტებს, რომ თქვენი ცოდნა მასზე დახარჯულ ფულად ღირს და რომ იგი მნიშვნელოვნად შეცვლის მათ ბიზნეს პერსპექტივებს.

ისაუბრეთ თქვენი კლიენტის ენაზე

ჩვენს ანგარიშში მოყვანილ ზოგიერთ კონკრეტულ უკუკავშირს თუკი გადავხედავთ, ერთ საერთო ელემენტს დავინახავთ - ბიზნესის მფლობელებს სინამდვილეში სურთ ბუღალტერი, რომელიც, მათი აზრით, გაეცნობა მათ და მათი კომპანიის საჭიროებებს.

„ამ ბუღალტერთაგან ბევრი ყიდის მომსახურებას. ისინი თითქოს მელოდებიან, როდის გამომიჩნდება საჭიროება და დავურეკავ და ვეტყვი: ‘მე რაღაც მჭირდება’, სინამდვილეში კი... გჭირდება, რომ შენმა ბუღალტერმა გითხრას: ‘მისმინე, თავს დავანებებ იმას, რასაც ჩვენ ვყიდით. დავჯდები მაგიდასთან მყიდველის მხარეს და გავერკვევი შენს ბიზნესში და ვიფიქრებ იმაზე, თუ რას აკეთებთ და რის მიღწევას ცდილობთ.’“

კლიენტები დააფასებენ თქვენს მზადყოფნას საჭირო სამუშაო შეასრულოთ და გაარკვიოთ, თქვენი მომსახურებიდან რომელია მათთვის და მათი სიტუაციისთვის ყველაზე მეტად შესაფერისი.

ასევე უფრო დიდია ალბათობა იმისა, რომ მომსახურებაში ფულს გადაიხდიან, თუ ფიქრობენ, რომ მათზე მორგებულ გამოცდილებას მიიღებენ. უფრო ხელსაყრელია გყავდეს ერთი ადამიანი, ვინც შენს საქმიანობას შიგნიდანაც და გარედანაც იცნობს, ვიდრე სხვადასხვა ადგილიდან მიიღო განსხვავებული რჩევები.

მაშინ, როცა მცირე და საშუალო საწარმოები ბიზნესთან დაკავშირებულ უფრო ზოგად რჩევებს ეძებენ, მათ იმავდროულად სურთ მყარი სამუშაო ურთიერთობა და მრჩეველი, რომელიც მუშაობს იმაზე, რომ მოარგოს თავისი ცოდნა და გამოცდილება კლიენტის საჭიროებებს.

გაუწიეთ მეგზურობა თქვენს პოტენციურ კლიენტებს

თქვენი ბიზნეს საკონსულტაციო შეთავაზების ოპტიმიზების საკვანძო ნაწილია იმის ცოდნა, თუ როგორ გაუწიოთ მას პოპულარიზაცია არსებულ და პოტენციურ კლიენტებთან.

იფიქრეთ იმ მომსახურებებზე, რომლებსაც ამჟამად სთავაზობთ და თქვენი, როგორც ფირმის, საერთო გამოცდილებაზე. არსებობს თუ არა აუთვისებელი პოტენციალის მქონე ისეთი სფეროები, რომელსაც შეიძლება უფრო მეტად გაესვას ხაზი თქვენი მარკეტინგის საშუალებით?

ბუღალტრები ხშირად უშვებენ ხოლმე შეცდომას, როდესაც ასკვნიან, რომ მათ კლიენტებს უკვე კარგად ესმით ტექნიკური ჟარგონი. შედარებით ნაკლებად ტექნიკურმა ტერმინოლოგიამაც კი, რომელიც თქვენთვის, შესაძლოა, ძალიან ბუნებრივი იყოს, შეიძლება ბიზნესის ახალი მფლობელები დააფრთხოს.

მკაფიო ბრენდინგი და ვებგვერდი, რომელიც ახალ პოტენციურ კლიენტებს დაეხმარება გაეცნონ თქვენს სერვისებს, განსაკუთრებით ისეთებს, რომელთა მოძიება შეიძლება არ მოაფიქრდეთ, მნიშვნელოვნად აისახება თქვენი კომპანიის ხელმისაწვდომობაზე.

თუ თქვენი კლიენტების მდგომარეობაში ჩააყენებთ საკუთარ თავს და იფიქრებთ იმაზე, თუ კონკრეტულად რას ეძებენ ისინი, ბევრად უფრო ნათლად დაინახავთ, თუ რისი შეთავაზება გჭირდებათ და როგორ უნდა მოახდინოთ მისი მარკეტინგი.

წარმოდგენების შეცვლა

მნიშვნელოვანია თქვენი მიზნობრივი ბაზრისა და მისი მოთხოვნილებების ცოდნა. ჩვენი ანგარიში ცხადყოფს, რომ მცირე და საშუალო საწარმოებს ხშირად მიაჩნიათ, რომ ბუღალტრებს საკმარისად კარგად არ ესმით მათი საჭიროებები და შესაბამისად ვერ დააკმაყოფილებენ მათ.

თუკი შეძლებთ და თქვენს კლიენტებს დაუმტკიცებთ, რომ თქვენ ყველაფერი საფუძვლიანად გამოიკვლიეთ და თქვენი მომსახურება შესაბამისად შეცვალეთ, ეს იმის დასტური იქნება, რომ თქვენ ხართ ისეთი ბუღალტერი და ბიზნეს მრჩეველი, რომელიც მათ სჭირდებათ.

ეს ბევრად უფრო მეტია, ვიდრე ვებგვერდი, სადაც უბრალოდ წერია: „ჩვენ საქმეს სხვაგვარად ვაკეთებთ“ ან „ისე არა, როგორც სხვა საბუღალტრო ფირმები.“ წინასწარი სამუშაოების ჩატარება თქვენს ფირმას სანდოობას შემატებს და მომავლისათვის მოგამზადებთ.

ჩვენს სწრაფად ცვალებად სამყაროში, რაც უფრო მეტად მრავალფეროვანი მომსახურების შეთავაზება შეგიძლიათ, მით უკეთესი. მცირე და საშუალო საწარმოებზე დიდ შთაბეჭდილებას მოახდენს და მათ მადლიერებას გამოიწვევს საბუღალტრო ფირმა, რომელიც მხოლოდ ტექნიკური რჩევებით კი არ შემოიფარგლება, არამედ შესთავაზებს მათ ყოვლისმომცველ საკონსულტაციო პაკეტს, რომელიც მათ ბიზნესს წინ წაწევს.

დამატებითი ინფორმაციისა და რჩევების მისაღებად, გაცანით [კვლევის სრულ ანგარიშს](#)