**Poszerzanie oferty względem klientów, jako najlepsza reklama biura rachunkowego**

**Coraz większa liczba biur rachunkowych na rynku powoduje, że bardzo wyraźnie widoczna jest konkurencja w tej branży. Wiąże się ona nie tylko z ceną usług księgowych, ale także z ofertą kierowaną do potencjalnych klientów, czyli przedsiębiorców. Z tego powodu standardowe mechanizmy reklamy często nie mają wystarczającej siły, by przekonać firmę do wyboru tego, a nie innego biura.**

**Cztery najważniejsze kroki w marketingu**

Na pytanie, czy biura rachunkowe powinny się reklamować odpowiedź brzmi „zdecydowanie tak” - wszakże reklama jest dźwignia handlu. Ważne jest, aby informacje o biurze pojawiły się w internecie – w obecnych czasach jest to najczęstsze źródło informacji dla przedsiębiorców. Trzeba także pamiętać o innych mediach, które mają znaczącą rolę w danym regionie. Informacja o biurze rachunkowym musi trafić do tych, którzy go szukają lub – w przypadku gdy jest to firma, która ma już swoje biuro – potencjalnie mogą być zainteresowani ofertą.

Można jednak wydzielić cztery kroki, które są podstawą działań marketingowych. Pierwszym z nich jest zaistnienie na rynku i zwrócenie uwagi jak największej liczby potencjalnych klientów. Drugim etapem jest wzbudzenie zainteresowania proponowanymi usługami. Trzeci i najtrudniejszy krok, to utrzymanie uwagi i przekonanie potencjalnego klienta, że nasza oferta jest dla niego najlepsza, a czwarty – pozyskanie nowego klienta.

**Szersza oferta = więcej potencjalnych klientów**

Określenie grupy docelowej i dobór odpowiednich środków reklamy to bardzo szeroki temat. Zwrócenie uwagi wśród potencjalnych klientów jest podstawą, jednak kluczowy jest trzeci krok,czyli utrzymanie uwagi. Czym biuro rachunkowe może przekonać przedsiębiorców do skorzystania ze swojej oferty? *- Są dwie drogi –* mówi Krzysztof Wojtas z Zespołu Saldeo – *Część biur decyduje się na różne promocje i konkurowanie ceną. Jednak zdecydowana większość kładzie nacisk na szeroką ofertę i dostosowanie usług do potrzeb przedsiębiorców –* dodaje.

Różnorodność usług, oferowanych na wysokim poziomie przez kompetentny zespół pracowników biura rachunkowego, jest bez wątpienia największym atutem na runku usług księgowych. Im szersza jest oferta, tym większą ilość firm może zainteresować.

**Najlepsza reklama dla biura rachunkowego**

Z ankiet przeprowadzonych przez firmę BrainSHARE IT Sp. z o. o. wynika, że przedsiębiorcy bardzo cenią sobie kompleksowość usług oraz oszczędność czasu. Im więcej spraw związanych z prowadzeniem dokumentacji firmy mogą załatwić poprzez biuro rachunkowe, tym dla nich lepiej.

Potrzeby przedsiębiorców sprawiły, że coraz częściej biura rachunkowego nawiązują współpracę z kancelariami prawnymi czy ubezpieczycielami. Drugą formą poszerzenia usług jest wykorzystywanie nowoczesnych narzędzi wspomagających pracę biura rachunkowego. Dostępne na rynku programy i aplikacje skierowane do biur mają wiele możliwości i znacząco mogą podnieść prestiż biura. Co biura włączają w swoją ofertę? *- Najczęściej są to programy do fakturowania, archiwa dokumentów, dostęp do danych księgowych online czy różnego rodzaju formy zarządzania płatnościami –* wylicza Krzysztof Wojtas z Saldeo. Współczesna technologia skutecznie wspiera walkę o klientów także w branży księgowej.

**Waga dobrej opinii**

Rozszerzenie oferty i udostępnienie dostępu do przydatnych dla przedsiębiorców funkcji ma także inną, bardzo cenną zaletę. Zadowolony klient, to klient, który wyraża uznanie i poleca swoje biuro dalej. Tak więc różnorodność usług i wysoka jakość obsługi działają w dwóch płaszczyznach. Trafiają do tych, do których reklama była bezpośrednio kierowana, a poprzez te firmy także dalej, do ich kontrahentów i znajomych. Wartość dobrej opinii jest bezcenna. Warto więc pamiętać, że wynika ona nie tylko z dobrych relacji z klientem, ale także z usług, których może udzielić mu biuro.

[Barbara Marcisz, BrainSHARE IT Sp. z o. o. - materiały prasowe]