**Wyróżnij się albo zgiń. SaldeoSMART opublikował raport, który pomoże biurom rachunkowym w tworzeniu kampanii reklamowej**

**W Polsce funkcjonuje ponad 40 000 biur rachunkowych, a ich liczba rośnie w tempie kilku procent rocznie. Konkurencja na rynku jest coraz większa, a przedsiębiorcy coraz chętniej korzystają z możliwości, jakie daje im dobrze zaplanowana kampania reklamowa. Zespół SaldeoSMART opublikował raport dedykowany sektorowi księgowości, w którym podzielił się tajnikami tworzenia skutecznej kampanii marketingowej.**

62% firm decyduje się na skorzystanie z usług biur rachunkowych, spośród których każde obsługuje średnio 25 podmiotów gospodarczych. Tak duży rynek wymaga od księgowych starannego planowania działań reklamowych i odpowiedniej formy komunikacji marketingowej. Firma BrainSHARE IT - producent oprogramowania SaldeoSMART służącego do odczytywania i obiegu dokumentów oraz komunikacji między biurami rachunkowymi i ich klientami - przygotowała raport “Reklama biura rachunkowego”, w którym poruszone zostały tematy strategii reklamy, budowania i utrzymywania relacji z klientami, a także zagadnień z psychologii działań reklamowych. Dokument można już zobaczyć na stronie <https://www.saldeosmart.pl/raport/raport-reklama-biura-rachunkowego>.

Został on podzielony na 3 części, a każda z nich porusza inny obszar efektywnej komunikacji marketingowej.

*Od 7 lat współpracujemy z biurami rachunkowymi z całego kraju, dzięki czemu wiemy, jakie mają potrzeby. Nie w każdym biurze znajduje się osoba z wiedzą marketingową, dlatego też poprzez raport chcemy podpowiedzieć i pomóc przede wszystkim tym podmiotom, które potrzebuję w temacie kampanii reklamowych merytorycznego know-how* - tłumaczy Edyta Wojtas, wiceprezes zarządu i analityk biznesowy w SaldeoSMART.

**Dobór reklamy do grupy docelowej**

Twórcy raportu podkreślają, że pozyskanie nowych klientów (zwłaszcza tych, którzy dopiero założyli własną działalność) jest o wiele łatwiejsze niż przekonanie już tych zdeklarowanych do zmiany usługodawcy. Wskazują również na kluczową rolę kategorii komunikatu w branży księgowej, który - w przeciwieństwie do wielu innych branż usługowych - kierowany jest do konkretnej grupy zaangażowanych w swój biznes przedsiębiorców, dokonujących zakupu bardzo racjonalnego. Komunikat taki powinien być rzeczowy i zawierać konkretne, merytoryczne informacje, a jego dystrybucja obejmować głównie lokalne lub ogólnopolskie serwisy gospodarcze i biznesowe.

*Skuteczność reklamy zależy od tego do kogo ją skierujemy i czy komunikat będzie odpowiedni. W części I Raportu SaldeoSMART przeczytacie o grupie docelowej, kluczowych komunikatach oraz percepcji reklamy* - dodaje Edyta Wojtas.

W raporcie uwzględniono także tematykę badania skuteczności reklamy oraz nieustannego optymalizowania jej pod kątem rodzaju klienta, do którego ma dotrzeć.

**Budowanie marki i kanały komunikacji**

Budowanie marki firmy to proces i niezbędne jest zaplanowanie odpowiedniej strategii oraz dobranie odpowiednich kanałów komunikacji. Cały ten obszar został zgłębiony w drugiej części raportu, która skupiona jest na podkreśleniu zależności między nazwą a marką, poszukiwaniu wyróżników czy dużej roli spójności komunikacji wizualnej. Nie zabrakło również tematyki związanej z przygotowaniem dobrej strony internetowej (wraz z jej optymalizowaniem) oraz korzystaniu z potencjału mediów społecznościowych.

*Możliwości reklamy jest wiele, ale nie każda jest odpowiednia dla tak specyficznej branży, jaką jest księgowość. Nie każde medium pomoże w dotarciu do potencjalnego klienta i wywarciu na nim wrażenia, że profesjonalnie podchodzimy do świadczenia usług. Co więcej, w raporcie prezentujemy również tak ważne obecnie podstawy content marketingu i budowania unikalnych treści oraz przypominamy o kampaniach offlline, o których skuteczności coraz częściej zapominamy w świecie zdominowanym przez cyfryzację* - podkreśla Barbara Marcisz, specjalistka ds. marketingu w SaldeoSMART.

Skuteczna kampania reklamowa pomaga przedsiębiorcom przyciągać nowych klientów. Twórcy raportu podkreślają jednak, że zdobycie klienta jest dopiero początkiem całego procesu, w którym chodzi przede wszystkim o utrzymanie jego zainteresowania. Trzecia część raportu poświęcona jest tematyce budowania więzi i empatyzowania z klientem, które w procesie sprzedażowym powinny być nadrzędne wobec oferowania usług i samej sprzedaży.

Cały raport dostępny jest na stronie SaldeoSMART pod linkiem:

<https://www.saldeosmart.pl/raport/raport-reklama-biura-rachunkowego>

**O firmie**

SaldeoSMART to innowacyjny system wspierający biura rachunkowe oraz działy księgowości firm. Oprogramowanie jest aktualizowane w miarę zmian zachodzących w prawie oraz rozwijane o nowe funkcjonalności na podstawie informacji zwrotnych od użytkowników. Za stworzenie i rozwój systemu odpowiada krakowska spółka BrainSHARE IT, która łączy wiedzę o nowoczesnej księgowości z wieloletnim doświadczeniem w tworzeniu oprogramowania.