



Claudia De Mori
Marketing Solutions

**CLAUDIA
DE MORI**

IL PERCORSO DEL CLIENTE

SCOPRI TUTTI I SEGRETI



claudia-demori-marketing-solutions.com



successoperte@gmail.com

Claudia De Mori

Sommario

Titolo del Report:	3
**Metodo, Consistenza e Perseveranza. E.. Il segreto del percorso del Cliente... Quindi sappi che, queste 3 cose cambieranno il tuo futuro.	3
Capitolo "0"- Introduzione:.....	4
Capitolo 2- Il percorso del Cliente.....	14
Capitolo 3 - Perché Consistenza?	20
Capitolo 4 - Inseguì i tuoi sogni e lavora ogni giorno per essi....	27
Capitolo 5 - Tutto crolla se non hai Perseveranza.	31
Capitolo 6 - Conclusione....	40
Chi Sono, brevemente.....	42

Titolo del Report:

Il segreto del percorso del Cliente...

scopriilo con:

****Metodo, Consistenza e Perseveranza. E...
Quindi sappi che, queste tre cose cambieranno
il tuo futuro.**

Autrice:

Claudia De Mori

Sito web:

<https://www.claudia-demori-marketing-solutions.com/>

Capitolo "0"- Introduzione:

Il tema grande di questo Ebook sarà proprio questo:

Il segreto del percorso del Cliente...

Andremo a sviscerarlo attraverso questi 3 pilastri che sono davvero la cosa principale su cui si regge un'azienda.

****Prima di entrare nell'introduzione vorrei specificare che non sto parlando di metodo per fare meglio il tuo lavoro, oppure il servizio che offri alla tua clientela, certo che no, perché lo so che quello lo stai facendo già bene, tu sei il professionista nel tuo settore, ma qui tu sto parlando di avere un metodo per raggiungere i tuoi clienti sul mercato, i tuoi leads, o futuri clienti, in questo intendo svelarti il metodo migliore per diventare benestante, e se farai tutto quello che ti dirò, magari potresti diventare anche ricco...e sarei contenta se tu lo diventassi...**

In questi anni ho potuto vedere aziende dal nulla progredire e aumentare in tempi di crisi, il loro fatturato...

È davvero qualcosa di eccezionale quando tu ricevi dei doni in più oltre la tua parcella, per il lavoro svolto, e non mi era mai capitato questo, finché un'azienda in pieno Lockdown non è emersa creando vendite e iscrizioni a dismisura... a dire il vero più di 1 ma 1 in particolare ha fatto un boom incredibile... e vedremo come è successo, ti racconterò qualcosa proprio in questo report...

È molto bella la frase che ho sentito qualche tempo fa da un Manager: **"Le aziende devono produrre utili e non solo fatturare!"**: bene andremo a vedere perché è davvero cruciale questo step. Non è per tutti così, ma in questo esempio sto parlando di chi produce, poi parleremo anche del settore commercio e altri...

Non ricordo esattamente da chi è stata detta, e trovo che questo signore debba avere una standing ovation per questo, ed è stata per me una frase di grande impatto, nella quale io ho sempre creduto e poi qualcun altro l'ha pronunciata...

✓ Moltissime aziende lavorano ancora all'antica: fatturano e poi incasseranno i soldi...con calma... a 90 o 120 giorni, talmente tanta calma che vanno a KO! e intanto portano le fatture da scontare in Banca, facendosi accreditare il 90% dell'importo per avere il denaro che "altri non hanno pagato o che pagheranno con molta calma...".

C'è anche il grande rischio (!!)

che l'azienda debitrice non paghi la merce o il servizio per i quali tu hai chiesto il cosiddetto "Risconto Bancario", come è già successo in alcune aziende di mia conoscenza, e tu ti troveresti un mare di guai, perché la banca che ti ha anticipato il denaro lo riuole indietro e ti addebiterà il tutto e tu ritorni in sofferenza...non farmelo ricordare... ho visto da vicino queste situazioni e famiglie che avevano risposto il loro introito mensile in questo si sono letteralmente rovinate...ROVINATE.

La mentalità italiana è sbagliata sotto questo concetto! E devo dire che in questo ho appreso molto dagli americani: "prima il Money e dopo ti fornisco la merce o il lavoro!" lo so che suona male per alcuni, ma è così, e non ti dico di chiedere tutto anticipato, ma vorrei che tu facessi mente locale su una cosa:

quando vai al supermercato tu non esci con la spesa se non l'hai pagata giusto? E mica te la lasciano portare via se non la paghi, giusto? Non puoi dire:” Aspetta inviami una Rid che ti pago a 60 giorni!” Lo puoi fare??? Certo che no!

La ragione di questo è che tu tra 60 giorni ha dovuto mangiare e approvvigionarti il cibo per 60 giorni...e capisci quanto è grande questo concetto? Tu non puoi aspettare i comodi di altri. Le persone fanno il bello e cattivo tempo, sfruttano questo concetto della ristrettezza, mettendo le aziende con le spalle al muro, pensando: “Io ho il coltello per il manico, aspetteranno quando voglio io che li paghi, perché non hanno la possibilità di effettuare contratti simili!” ma il concetto è totalmente sbagliato, perché tu diventi succube dei piani aziendali di quell'azienda e lavorando quasi esclusivamente per questa, se il tuo accordo dovesse fallire ti troveresti col sedere per terra.

Questo è l'importante aspetto da considerare: tu potresti lavorare e produrre, e magari il tuo ricarico è largo e buono, che puoi sostenere questo...ma se lavori c/terzi o a cottimo, non puoi sostenere una cosa declassante così, non puoi farti pagare come sta bene a loro... L'azienda non può andare avanti in questo sistema, l'azienda non può fatturare solo, e aspettare che altri facciano il bello e cattivo tempo con i tuoi soldi. Questo succede quando tu fai un servizio che non è indispensabile, un servizio che può essere sostituito comodamente da altri.

Puoi cominciare con un servizio di ripiego, o mediocre, ma poi Tu devi avere per il mercato 1 prodotto o servizio che possa essere necessario e piazzare un accordo del pagamento che sia a breve termine, max a 30 gg, altrimenti la tua azienda va in sofferenza.

Ecco, perché tutti quelli che lavorano hanno diritto ad essere pagati, in tutti i campi, sia che tu possa chiedere un acconto oppure l'intero importo, ma chi lavora deve essere pagato!!

Quando lavoriamo sullo sviluppo della visibilità e Marketing aziendale con acquisizione clienti, contribuiamo a fare qualcosa affinché le aziende e gli imprenditori stessi abbiano un aiuto grande per avere successo, e insegniamo anche questi concetti che sono le basi giuste per creare indipendenza.

Te ne ho espresso 1, ma ce n'è sarebbero tanti che cambiano totalmente la visione di come gestire al meglio la tua azienda, come ad esempio:

- acquistare x quanto puoi pagare...
- avere una chiara visione su quello che stai vendendo e quanto hai in magazzino....
- oppure, affiancare l'acquisizione clienti e coltivare bene quelli che hai già...
- farti aiutare da persone valide che facciano parte del tuo gruppo...perché a volte sono le mele marce che rovinano le aziende...
- tantissime cose che fanno tutta la differenza... ma restiamo sul pezzo, perché ho tanto da dirti.

Tutto sta nell'impostare nella tua azienda delle regole ben precise. Quindi, è da questo presupposto che noi partiremo **trovando un metodo affinché le aziende possano creare costantemente più utili grazie all'acquisizione di clienti nuovi e la cura dei già esistenti**, (scusa la ripetizione, ma voglio che tu possa memorizzare questo concetto) di più di quello che

stanno facendo ora, e il metodo deve portare frutto, non deprecare inutilmente denaro senza portare contatti utili all'azienda.

Cos'è la prima cosa che consiglio di avere?

Avere una linea da seguire, quindi, UN METODO !!

E noi siamo quelle persone che forniscono un metodo per trovarti i clienti!

Un metodo, giusto o sbagliato che sia, lo devi tassativamente avere, per poi correggerlo nel tempo, farlo tuo... e averlo implica che tu puoi lavorare per avere degli obiettivi da raggiungere.

Ricorda che se l'azienda acquisirà clienti nuovi potrà vivere e prosperare, viceversa cadrà in sofferenza.

Ora entriamo nel vivo del Report.

1- Cosa significa affidarsi ad un metodo per aumentare il fatturato??

2- E perché usarlo? Cercherò di risponderti ora a queste due Domande cruciali che mi vengono poste ogni volta che parlo davanti ad un cliente, libero professionista, imprenditore, artigiano o commerciante che sia...

****Vediamo la prima domanda: cosa significa avere un metodo? All'inizio, quando tu cerchi una direzione per il tuo successo, e vuoi portare la tua azienda sul mercato, provi tanti modi per pubblicizzarla, pensando che alla fine catturerai l'attenzione dalle persone, e pensando che un particolare grilletto, un po' qui, un po' là, possa bastare perché le persone ti possano notare e tu possa vendere i tuoi prodotti o servizi.**

*****Segnatelo in grassetto:**

L'attenzione da sola non basta per vendere!

Mi fa sorridere l'idea di quando mi parlano di "Piano Editoriale" quando per creare una lista questo serve ben che a nulla"

Gli imprenditori cercano attraverso la pubblicità di portare vendite, una pubblicità vecchio stile, non mirata, che purtroppo fa sprecare gran parte del denaro. Se sbagli l'impostazione, l'errore ti può costare carissimo. Ho potuto vedere i conti di tanti e ti assicuro che le cifre non sono delle migliori dopo un salasso di pubblicità per visualizzazione!

C'è chi fa ancora volantini, e chi butta letteralmente il denaro in spot pubblicitari in qualche radio locale... tentando ogni strada con la visualizzazione pensando che la questa sia sempre la 1° in assoluto, poi, visto che i risultati sono scarsi, tentano la strada dei social, postando 3 volte al giorno sperando di avere presa e attenzione sulle persone....(il famoso salasso del piano editoriale da social) ma questo non è possibile perché tu devi tener conto anche di un fattore che influisce sul cervello del tuo futuro acquirente: perché dovrei acquistare da te?

Si ti vedo, ma anche si ti vedo, non ho alcuna convenienza a venire da te...Qual è la convenienza ad acquistare da te?

Gran bella domanda... 😊😊 ed anche giusta ✨ Prova ad entrare nella testa del cliente... Impara a ragionare con la testa del tuo cliente. Questa è la domanda che scatta nel "cervello rettile" delle persone quando vedono un annuncio per visualizzazione, anziché interattivo! Quella che ti ho appena scritto sopra. Ecco che da qui sorge la necessità di trovare un metodo per portare leads e liquidità alle casse della tua azienda.

Ma la frase migliore per parlare di metodo che ho coniato in questi anni di lavoro come Marketer è questa: **"Il metodo è quella cosa che quando manca ti accorgi di quanto tempo stai perdendo senza arrivare a nulla"**, (del quale feci anche un post su Instagram).

Ok, allora parliamo del Metodo che io uso con le aziende, tracciandolo in via generale per qualsiasi tipologia di mercato si tratti: gli imprenditori non capiscono che devono avere un "database di contatti" utili per poter avere un servizio che funziona. Una volta coloro che si occupavano del servizio vendite, avevano una montagna di **bigliettini da visita**, che sfogliavano a piacimento ogni volta che l'azienda per la quale lavoravano lanciava qualcosa e li utilizzavano per ricontattare telefonicamente o di persona i futuri clienti...oppure anche per solo fare gli auguri nelle feste...e questi bigliettini erano una manna...giusto?

Beh, questi, nell'era moderna sono stati sostituiti dal "database" un database che contiene i dati di una persona interessata e tra questi, il nome e la mail, dato importantissimo!

Ma vediamo una cosa davvero ultra-importante: perché un Database è ancora meglio dei famosi bigliettini? Perché è qualcosa che esula dal tuo cerchio di amicizie, qualcosa che non va a lavorare sull'antico passaparola, ma va a rompere le righe su persone nuove, entra su persone che tu non hai mai conosciuto, persone che ti aprono le porte su nuovi orizzonti e nuove conoscenze...e questo la maggior parte degli imprenditori non lo comprende.

Loro lavorano ancora col vecchio sistema, ancorato a 20 anni fa, quando l'amico dell'amico, ti chiedeva di fare il lavoro che era riuscito bene...e poi sfruttavano il canale della visualizzazione.

Il passaparola è certamente è la migliore delle pubblicità: il passaparola ti porta la certezza dei risultati, ma è, e resta lunghissimo, i tempi di attesa prima che tu possa fare cassetto sono lunghi e interminabili e se noi dobbiamo aspettare questo, "facciamo tempo a morire", come dicevano i nostri vecchi.

Quindi per avere il giro giusto di clienti, che portano liquidità ed entrate che ci permettono far fronte alle numerose spese e allo sviluppo aziendale, dobbiamo incrementare il numero dei clienti e lavorare sul nuovo.

E qui io sento già una vocina che mi dice: "Ma io non so se quelli che arriveranno possono essere clienti che soddisfano quello che io vendo!" Oppure: "I clienti che tu mi invii saranno clienti che apprezzano il mio servizio, oppure perditempo?" Risposta: " I clienti si sceglieranno da soli, una parte di quelli che arrivano resteranno, gli altri se ne andranno."

Oppure ancora altre domande: "Io vendo cucine e camere, quando una famiglia l'ha già acquistata, quando mai la acquisterà ancora?"

****Ehi... ti posso dire che stai sbagliando?** La famiglia ha dei parenti e conoscenti, figli e nipoti, e se tu sei nella fiducia di queste persone loro influiranno sul passare l'offerta ad altri... e poi scusami tanto: nel mondo le persone si spostano, cambiano casa, da una casa in affitto ne acquistano una e hanno bisogno di adattare i loro mobili... se tu scompari del tutto, lo faranno fare ad altri...ragiona e pensa con la testa, il tuo database è la cosa migliore che esista.

Fissati bene in mente: Database= Vecchi Bigliettini di una volta!!!

Ti faccio un esempio: non so se tu sei mai andata/o a pranzo o cena in un ristorante diverso dall'abituale...quando tu entri, al primo impatto comprendi

subito se ci tornerai oppure no. Ti guardi intorno, ti chiedi se potranno soddisfare le tue esigenze...e in questo preciso momento tu scegli se tornare oppure no. Questa è anche la ragione che dovrebbe far riflettere su chi sta dall'altra parte dove poter migliorare...

Ma questo è un discorso lungo, del quale si potrebbe parlare per un capitolo intero, oppure in un altro Report.

Torniamo a noi...Ora sorge ora un'altra domanda: "Ma ne vale la pena? Perché devo imbarcare gente che non conosco? Ne vale la pena investire per avere una percentuale di clienti che diventerà buona dopo diverso tempo? E questa domanda risponde anche in larga parte ancora meglio alla n°2, sul "Perché usare nel Marketing il Database?"

"Ne vale la pena?" Certo che sì!" E lo sai il perché? Perché senza il nuovo un'azienda muore. E te lo posso dimostrare con tutti i disegni più belli del mondo, anche se tu non mi credi, voglio che tu apra la mente e ti spiegherò con un banale esempio perché l'azienda muore senza una fetta di clienti nuovi.

Stavo parlando di questo argomento con una commerciante che è con noi da anni col sistema di marketing e parlavamo un giorno dell'età dei suoi clienti... e mi dice: "La media è sui 50- 60 anni!"

Bene, ho detto io, se l'età media è questa, ce n'è saranno anche di più anziane...e quelle che sono avanti con l'età andranno sostituite con persone più giovani quando non ci saranno più...perché quelle clienti per il ciclo vitale avranno ancora qualche anno di vita.

Mi dispiace far notare questo alle persone, e sembra crudele, ma purtroppo è così che funziona la vita.

Quindi se tu lavori sul nuovo, ti permette di entrare su cerchi di influenza di altre persone e cercare altri che hanno bisogno del tuo servizio e che sicuramente lo apprezzeranno, ma la ragione di cercarli è che noi possiamo farci trovare da persone nuove che sicuramente noi ci conoscevano e che avranno bisogno del nostro servizio!

Detto in parole semplici: "Cercare persone fresche può dare nuova linfa vitale alla tua azienda". Alle persone piacciono le novità, infatti gran parte di esse non è abitudinario, per cui proveranno sempre quello che c'è sul mercato, anche solo per il gusto di provare se trovano un servizio migliore di un altro.

Ed ecco che noi faremo questo: le persone sono connesse col proprio Smartphone 8 ore al giorno, minimo...e non stanno sui social solo per "cazzeggiare" come si dice spesso, ma, stanno lì anche per cogliere l'occasione e acquistare quello che a loro conviene. Quindi, noi sfrutteremo questo momento, quello che le persone scelgono, dando loro la possibilità di entrare nella nostra azienda **con uno zucchero**, e poter conoscere i nostri prodotti servizi.

Cosa cambia? Cambia molto, perché ogni volta che noi lanceremo qualcosa, che noi proporremo qualcosa, tutti quelli che ci seguono lo sapranno, a patto che noi ogni volta che entrano nella nostra azienda, o nel nostro circuito, chiediamo loro la mail per dare a loro la possibilità di leggere le nostre notizie.

Ma questa è ovviamente la parte finale di questo: quello che cambia è il percorso per portare questi leads nella tua azienda che è micidiale: studiare come un lead si avvicina al tuo servizio è un lavoro lungo che richiede costanza e pazienza, ed è proprio questo che io faccio. E.... questo farà tutta la differenza tra il successo e l'insuccesso.

Capitolo 2- Il percorso del Cliente.

Ed ecco che arriviamo al punto cruciale, il punto più bello e importante per lo sviluppo di un'azienda : parlarti una cosa che nessuno o quasi tiene conto: **"Il Percorso del Cliente"** ...Scusa la ripetizione, ma è un argomento così importante che meriterebbe un monumento e se tu lo comprenderai allora potrai diventare ricco, ma non solo, "stra-ricco"... quindi, ascolta bene quello che sto per dirti perché sarà la tua fortuna, che tu lo voglia o no, se comprenderai questo la vita ti cambierà tantissimo. Bezos di Amazon lo ha capito molto presto...e guarda cos'è successo...

Anni addietro quando ho cominciato a studiare Marketing, mi sono imbattuta in Dan Kennedy, che è stato per me uno dei Mentori più importanti assieme a Rich Shefren, Jeff Walker e Italo Cillo...che in questo argomento mi hanno dato per così dire "la sveglia" 🕒 .

E loro erano soliti dire: **"Quando una persona entra nel tuo Database, è una persona fredda, che non ha minimamente idea di come sia il tuo servizio, di cosa tu possa vendere o soddisfare le sue esigenze."** **Tu lo sai, la persona nuova no.**

Ora la domanda che sorge è questa: "Allora perché si è iscritta?" Perché uno si aspetta che dopo l'iscrizione tu debba vedere o sentire la persona che ti chiede di fruire il tuo servizio, giusto? Non è così! La persona si iscrive per qualcosa che potrebbe interessarle, ma forse non subito, solo che in questo momento aveva trovato interessante la tua proposta. Col tempo arriverà, e acquisterà le tue proposte.

Quindi per quale motivo noi dovremo "imbarcare" tanta parte di futuri clienti, che al momento sembrano "spazzatura" se al momento non arrivano?

Questa è la domanda che mi sento fare spesso da chi non crede nel processo di acquisizione clienti a freddo, una domanda che per l'80% delle volte quando inizio a fare Marketing mi viene posta...

Ora ti darò una risposta chiara, che spero possa aiutarti a comprendere perché facciamo questo percorso. Oltre a quello che ti ho anticipato sopra, il futuro cliente o "lead", come lo chiamano gli americani, deve compiere un percorso, nel quale tu attraverso le informazioni costanti che invierai, potrai far cambiare a lui la destinazione... Il tuo lead ora sta acquistando da un'altra parte, giusto?

Sicuro che sì, perché il servizio che vendi lo dovrà pur acquistare da qualcun altro, a meno che tu non vendi qualche scoperta che hai inserito da poco sul mercato... Mi segui? Bene, questa persona non sa che tu esisti, oppure ti conosce ma non è convinto che tu faccia per lui, non è che ti sta leggendo nel pensiero che tu hai qualcosa da vendere e che deve acquistare da te.... Giusto? Come fai a spostare la sua attenzione? Devi rompere le righe e creare un grilletto che la sposti. Ma questo è solo l'inizio, l'attenzione non basta per vendere...e poi vedremo perché.

Tutti i post sui social servono per creare e spostare attenzione, ma da qui alla vendita c'è un abisso!

Quando una persona entra nel tuo Database, la prima cosa che si aspetta che tu faccia, non è inviarle tutti i giorni o tutte le settimane offerte di acquisto, **ma inviare informazioni su quello che tu vendi**, attraverso i social con post e video. Lui, deve vedere che tu sei reale, e cominciare a metabolizzare che tu esisti davvero. La tua presenza agganciata alle informazioni che tu dai, comincia

a far frullare nella mente al tuo futuro cliente che non sei poi così male, e che potrebbe darsi che 1 acquisto da te lo potrebbe anche fare...

Ora dipende la tipologia di mercato, ma trovo che sia davvero importante capire questo passo: non pretendere assolutamente che il tuo futuro cliente acquisti subito da te!

Il cliente ha bisogno di maturare l'idea che tu esisti, che tu produci o vendi un prodotto o un servizio che potrebbe essere necessario per lui, qualcosa che a lui potrebbe essere utile, e che si sente a suo agio ad acquistare da te... quindi, ci vuole un attimo di tempo.

Ricorda che le persone acquistano sì per bisogno, ma c'è anche un'altra cosa che le spinge ad acquistare da te: **"Lo stato mentale, che tu vendi qualcosa di cui loro potrebbero avere bisogno"**.

Che poi ne abbiano bisogno veramente, questo è da vedere, ma è sempre come viene presentato un business che ha successo, e quanto intendi investire su di esso per portarlo in alto. **Se non investi nulla, avrai benché nulla.**

****Quindi, ora cerca di leggere con calma questi passi perché digerirli farà la tua differenza nel costruire un Impero...**

Il percorso del cliente lo potremo riassumere in queste tappe:

1° Step – La persona interessata vede un tuo annuncio, viene attirata da una cosa che potrebbe a lui interessare e in quel preciso momento diventa una persona interessata. (Primo step: la persona si trasforma in lead = e si iscrive al tuo database per vedere esattamente quello che tu proponi).

2° Step – la persona interessata (lead) è attratta dalle tue pubblicazioni, dalle tue proposte o dalle tue offerte, da tutto quello che proponi o sponsorizzi,

ma ancora non è certa che acquisterà, deve vedere se per lui è conveniente, e deve cominciare a fidarsi che tu non la ingannerai. Intanto sta valutando se acquisterà da te una prima volta...

3° Step – continua l'interesse di questa persona, verso quello che tu fai, e dopo varie offerte decide di acquistare qualcosa da te ma molto soft, con quello che io chiamo "l'atteggiamento dello scoiattolo". (Metto fuori la testa per vedere cosa succede, ma sono pronto a ritirarla se mi frega) e questo è il momento più delicato...

4° Step – Il lead, che ora chiameremo così per comodità (la persona interessata) comincia a pensare che dopo tutto non sei male e che le offerte che fai potrebbero essere interessanti. E qui attenzione, arriva il momento cloud: la persona aspetta la prossima offerta e pensa già che, se tu potrai avere qualcosa di interessante lui sarà pronto ad acquistare.

5° Step – Il lead acquista un po' più spesso ora, non più raramente, ma ogni tanto, comincia a sostituire i suoi acquisti che faceva da altri con i tuoi prodotti. Comincia a capire che tu puoi colmare le sue esigenze. Comincerà a guardare tutte le tue offerte.

6° Step – Ora lui è molto attento a quello che tu proponi e guardando anche ad altri tu cominci a diventare il suo punto di riferimento perché sei costante e per il 70% delle volte opterà per acquistare da te perché comincia a pensare che tu hai il prezzo giusto, ma soprattutto la qualità che lui cerca, adatta ai suoi gusti e alla sua tasca e che offri sempre alternative di acquisto per poter essere competitivo sul mercato. In pratica è sempre più convinto a venire da te e si sviluppa il rapporto fiducia.

7° Step – Ora ecco che succede uno dei grandi errori: quello che la maggior parte degli imprenditori pensano è questo: ora il cliente è mio... un mio cliente/una mia cliente.... questo è l'errore grossolano che quasi tutti commettono. Perché?

Perché il cliente non l'hai preso del tutto, il cliente è solo persuaso a venire più spesso da te ma lui vuole detenere la possibilità della scelta, perché è lui che può decidere e quindi sta a te avere la capacità di poterlo coinvolgere sempre, ancora e ancora... affinché lui diventi un tuo cliente fidelizzato.

8* Step – Se tu compirai gli step del marketing giusti, allora una parte di queste persone si fidelizzerà, (25-30%) perché è una questione di numeri e per la legge di Pareto succederà.

Ora, vorrei sottolineare ancora una volta: non è così per tutte le tipologie di mercato ma anche se abbiamo tante varianti, la parola magica è sempre il "grado di fiducia" che il cliente matura ogni volta che tu proponi sul mercato qualcosa. Devi avere pazienza e trattare molto bene le persone che acquistano da te, perché? Perché pagano! Perché loro acquistando da te portano denaro! Portano liquidità! 💰 🏦 💵 Portano un momento di felicità nella tua azienda e questo si può ripetere all'infinito se tu farai gli step necessari...

Se tu comprenderai tutto questo processo, non solo venderai, ma diventerai ricco! ⏳ ⏳ 🏠 costruendo le fondamenta per un Business incredibile.

Più persone riesci a far affluire al tuo "Imbuto di vendita" (funnel) più possibilità avrai di aumentare i futuri clienti interessati che si tramuteranno in fidelizzati nei prossimi step.

Questo metodo viene usato da società grandissime, per farti un nome, 1 di queste è anche Groupon, che ha costruito la sua ricchezza costruendo un database enorme. Se tu lo farai per te non correrai il rischio che altri usino il database di chi ha acquistato da te per proporlo ad altri... ma questo è un argomento profondo del quale dovrò dedicare un report a sé...

Ok, ora vediamo un altro grande tassello che manca a chi si appropria per fare impresa: la Consistenza...

Capitolo 3 - Perché Consistenza?

Nel vocabolario italiano la parola "consistenza " indica compattezza, resistenza, densità, spessore, robustezza...ma anche attendibilità" **Quindi ci si aspetta che la persona che sta facendo qualcosa, per ottenere quello che si prefigge porti a termine il suo compito...Ma io amo usare questa parola per determinare quanto una persona sia "forte" nel portare a termine quello che inizia...**

La consistenza è anche quella cosa, che indica quanto la persona sia "costante" nel fare tutto, nel dirigere la sua vita, nel prendere seriamente le cose, nell'organizzare tutto nella sua azienda, da qui si vede la robustezza e la volontà della persona. La consistenza, per me, determina l'80% del risultato.

Quando prendo in mano un'azienda dico sempre quello che va fatto e tutti dicono: "Lo farò, stanne certa che lo farò!" Ma per la maggior parte dei casi solo il 20% di tutti quelli che prendo in assistenza farà esattamente quello che dico. Perché? È la legge dei numeri, oppure se vuoi, la legge di Pareto, che è la migliore delle spiegazioni che ti posso dare...la legge della vita. Tutto viaggia al 20% sui risultati e se non sai cos'è la Legge di Pareto invito a fare una piccola ricerca per scoprire questa grande verità.

Tornando a noi posso dirti che sono in continua lotta col restante 80% di coloro che non vogliono migliorare il loro stato economico e faccio una enorme fatica in questo, solo per spiegare loro le cose basilari, a volte riesco a farne rientrare qualcuno di questi nelle righe della corretta via, e molte volte li devo lasciare a malincuore al loro destino.

Mi sono chiesta per anni come fare per bypassare questo fattore distrazione, o se vogliamo dire la parola giusta, opposizione al

miglioramento, per poter aiutare le persone a saltare allo step successivo, ma la verità è che non puoi farlo se la persona ha un Background difficile.

La verità è che tante volte le persone sono talmente assopite nella loro "sfortuna" che non riescono a reagire, e vedono nero anche quando dovrebbero avere una mente creativa.

Lì fuori c'è un terreno verde ricco di piantine solo da coltivare: le persone interessate al tuo servizio/prodotto, o qualsiasi cosa tu venda!

Ricordo che, quando ero ragazza guardavo sempre il film di Mac Gyver e mi piaceva così tanto, che raramente perdevo una sua puntata. Cosa mi piaceva di questo film? Che lui doveva trovare la soluzione per ogni problema nel quale si cacciava, oppure ogni situazione che si presentava dinanzi... "questione di vita o di morte" ... questo era eccezionale! "Trovare una soluzione ai problemi" "Passare Oltre..."!

E questo è quello che la maggior parte delle aziende non fa, soprattutto le singole persone...che al contrario si complicano la vita, cercando dieci problemi per ogni soluzione...pazzesco! E quando arrivo in ogni azienda è proprio così: ognuno cerca problemi e problemi per ogni questione da risolvere, complicandosi la vita e perdendo tempo per ogni situazione... ma la cosa incredibile e più dannosa, è che le persone sono statiche e non si muovono, a volte sembrano paralizzate.

*Uscire da questa impasse è la medicina migliore per creare ricchezza.

Come poter uscire da questa "ruota del criceto" (come diceva Kyosaki)?
Cercare di avere un po' di fiducia in quello che io faccio per portarti sul mercato,

avere un po' di fiducia in più del Metodo che sto usando. Perché? Perché dovresti?

Beh, concedimi una chance, dopotutto tu sei stato anni ancorato a cose che non ti hanno portato a nulla. Poi, vorrei dirti una cosa importante: io entro nel tuo business per aiutarti, **e tu vorresti che in un batter d'occhio come una bacchetta magica ci fosse a razzo il successo?**

Non è possibile! Abbiamo appena parlato di Costruire... e...Non hai costruito nulla finora, e il mio lavoro è di aiutarti a costruire la tua azienda, quindi non ci metto tre giorni, ma dammi almeno qualche mese di tempo.

Se la tua azienda poggia su delle fondamenta inesistenti, (come il 70% e più, di quelle che trovo) come la casa di fieno dei 3 porcellini, che al primo soffio cade e il lupo se la spazza via, non hai molta chance di riuscire... Costruire un'azienda su solide fondamenta di cemento richiede tempo, strategie e dedizione.

Quanti clienti hai? Quanto è grande il tuo pacchetto clienti?

Ricordo diversi casi studio di inconsistenza, e anche molto complessi...ma te ne voglio citare 1 semplice: un imprenditore è rimasto con me nel percorso x 4 anni. Durante questi 4 anni se ha fatto il 20% di quello che io ho detto di fare è stato tanto, pazienza... e tanta... aveva bisogno sempre di una spinta per raggiungere il 15% di quello che avrebbe potuto fare, ma una cosa di buono aveva fatto: stava lentamente costruendo il suo database di contatti...che cosa grandiosa!

E io siccome vedevo che era abbastanza ligio nel farlo, sono andata avanti ad assisterlo... Nel 4° anno qualche "pozzo di scienza" senza alcuna conoscenza sul marketing, gli ha messo in testa che poteva fare tutto senza contatti e così ha smesso di essere nel programma, buttando realmente quasi 1000 contatti nel wc...che enorme sbaglio....uno sbaglio del quale tra non molto si pentirà perché non potrà in futuro recuperarli...e potrebbe lasciare sul piatto dei concorrenti una grande fetta di soldi 💰 ...oppure se li recupererà avrà molto lavoro da fare per riscaldare una lista fredda di contatti...anche questo è un discorso sul quale si potrebbe parlare 1 oretta, o anche più...

Portare un'azienda ad essere visibile sul mercato comporta risorse e studio, per poterla incanalare bene e renderla un tassello importante di fiducia e visibilità per i clienti.

"Dammi 12 mesi di tempo!" È questo che io chiedo agli Imprenditori quando inizio con loro! Il tempo e il metodo che noi usiamo porta frutto con la costruzione di un database, e la connessione con i social, in modo che i leads possano vedere che tu sei lì a 360° presente sul mercato.

A volte basta anche meno tempo affinché si possano vedere i primi risultati, a volte occorre molto di più, perché dipende da tante cose:

1 – Prima cosa, dipende da come è messa l'azienda, se come dicevo è sconosciuta sul mercato, non c'è alcuna interazione con i clienti, e nemmeno sui social, non c'è nulla di visibile nemmeno sul web Local search, sito... nulla di nulla...

2 – Seconda cosa, se è anche "sotto zero con i conti in banca c'è molto da lavorare", oppure,

3 - Terza cosa, dipende se l'imprenditore, fa il percorso che noi facciamo. Devi sapere che, quando inizio un percorso, non lo dobbiamo fare solo noi, ma lo facciamo assieme, e la parte interessata, l'imprenditore, è lui che deve collaborare per portare avanti il metodo, in sinergia con noi e quello che creiamo per impostare il suo marketing sul mercato! In mancanza di ciò, la riuscita sarà compromessa.

Io posso dare tutti gli strumenti validi, ma se non c'è collaborazione nell'impresa, il piano va a rilento e non riesce. Invece che impiegare 1 anno, ci impiegherai 3 anni...ecco perché tanti corrono velocemente e altri no. Ci sono Imprenditori che non fanno nulla per andare in sintonia con quello che stiamo facendo: chiedo di inviarmi qualche foto e non lo fanno...; chiedo di fare una promo convincente e non lo fanno, dicendo che loro sono i più bravi sul mercato...; e... ti devo dire una cosa, quando sento la frase “secondo me...” allora capisco che non ho molta chance di fare un cambiamento in quella azienda, neanche per sogno....

La frase “secondo me” sta a significare che tu sai già tutto. Ma perdonami: se sai già tutto perché non l'hai fatto tu stesso Prima???

Quando stai lavorando per la costruzione di un Marketing innovativo, all'interno di un'azienda trovo dei blocchi che l'hanno tenuta ancorata per tanto tempo in cose obsolete, sbagliate e che non si usano più, oppure convinzioni che frenano la buona riuscita del programma.

Come fare? Io uso la Pazienza, con la P maiuscola, tanta pazienza, perché con la fretta e i modi bruschi distruggi tutto.

La calma è la virtù dei forti, e fa ragionare anche le menti più lente e oppresse...portare esempi, cercare di far vedere alle persone che devono saltare

oltre per **"Regalarsi una Vita Migliore"** ...sì, tu puoi regalarti una vita diversa e migliore, pensaci!

****Questo è davvero lo step che fa cambiare direzione...Il più delle volte.**

Molte volte, al contrario, mi trovo di fronte non solo ad aziende che hanno grandi problemi, ma aziende che sono quasi sane, che hanno una guida e che hanno una mentalità che vede oltre, rigogliose che vogliono lavorare ancora di più e meglio!

Il mio compito qui è dare ancora meglio sul mercato per loro. Questa è un'esperienza che paga tantissimo, e le corde del violino emanano un suono bellissimo, perché l'imprenditore è una persona che è preparato talmente bene ad investire per la sua azienda, che lavorarci assieme diventa un piacere.

Ora vediamo un altro step cruciale: **"Devi Avere le giuste pedine nella tua azienda, persone che seguano il tuo progetto"**.

Ricorda che l'azienda è fatta di persone: trovare le persone giuste che lavoreranno per te sarà la cosa più importante per avere meno collisioni dopo. A volte ti accorgi dopo che le persone non vanno bene, e tante volte non le puoi licenziare, perché il contratto che hai fatto non lo prevede. (nel nostro paese i contratti di assunzione a volte sono capestro)

Quindi se assumi una persona, fa in modo che le persone che assumi si prendano la responsabilità dei loro errori.

Le persone sono umani che commettono errori, e io stessa ne commetto, ne ho commessi tanti e ne commetterò...questo è normale, ma l'importante è riconoscerli, e passare oltre, migliorare. Se le persone che lavorano con te

hanno questo atteggiamento le puoi tenere, altrimenti saranno un grande ostacolo per la crescita dell'azienda.

Valuta se le puoi tenere in azienda per quello che loro producono e se non è così trova una formula x sostituirle. Un'azienda deve avere pedine che fanno tutte il loro lavoro incastonate al posto giusto.

Lo so che non è facile, soprattutto con la legislazione italiana, ma tu per la tua azienda devi organizzarti al meglio, perché questo particolare fa parte del tuo successo. È troppo importante!

Perché rimarco questo? Può essere che tu sia l'unica persona che dirige il tutto, e allora nessun problema, quando parti tu, sono arrivati tutti, ma, se ci sono altre persone con le quali condividi il tuo sogno, allora devi dare delle regole.

Devi importi e imporre delle regole affinché tu non sia sviato da chi potrebbe prendere decisioni importanti per te che potrebbe far naufragare la tua azienda.

In questi ultimi 15 anni, Ho visto aziende rovinate da dirigenti che hanno fatto errori enormi danni di imprenditori fiduciosi...e questo ha finito per buttare l'azienda un baratro dal quale è difficile poi uscirne.

Capitolo 4 - Inseguì i tuoi sogni e lavora ogni giorno per essi....

Questo capitolo aggiuntivo che ho voluto intercalare in questo Report è davvero troppo importante che tu lo legga.

Vorrei farti notare questo aspetto che l'ho coniato con un detto: "Lo stadio è pieno di persone che festeggiano la partita di qualcun altro".

Resta concentrato sul tuo sogno non avere distrazioni, perché le distrazioni sono pericolose, non portano a nulla nella vita, perdi tanto tempo e non realizzi quello che dovresti. Quindi se tu sei un soggetto che dedica con passione e dedizione, tempo al suo progetto, devi concentrare le tue energie in esso.

"Ma qualche hobby lo devo pur avere!" Mi viene detto sovente... Oh sì certamente, tu potresti anche essere un artista di tuo, ma se perdi il tuo tempo in cose che non contano, tu perdi una fortuna.

"Ma tutti si prendono del tempo libero!" Certo che sì! Anche a me piace camminare, andare in montagna, o al lago, oppure a visitare qualche bella città...ogni tanto, ma non ne faccio una ragione di vita.

Trova l'equilibrio in quello che tu vorrai realizzare! E **pensa prima a risolvere la tua Questione Economica**, poi tutti gli hobby del mondo li potrai avere dopo! Conosco famiglie intere che perdono tempo ogni giorno su cose che non servono minimamente allo stile di vita che hanno...e il proverbio che mi salta in mente, in questo momento, è questo: "vorrei ma non posso!"

Per cui, se tu hai una vita serena e piena di soddisfazioni perché il tuo cassetto sorride, allora ti potrai concedere tutti i capricci che vorrai.

Ricorda di ringraziare te stesso se riuscirai in qualsiasi impresa tu debba raggiungere, perché raggiungere l'indipendenza economica è un'impresa da portare a termine, altrimenti altri lo faranno per te a loro vantaggio e tornaconto.

Io ringrazio me stessa per aver studiato 4 anni non stop senza sosta (dal 2006 al 2010 senza incassare un cent) per apprendere quello che ora posso fare per le aziende e di continuare ad aggiornarmi ogni mese per offrire un servizio migliore, sempre... sempre... e sempre. **Il mio obiettivo era creare un'azienda che "risolva i problemi cruciali legati al portare più clienti e soldi agli Imprenditori"** e così è stato!

La gente perde molto tempo in cose che non hanno minimamente importanza, meno che zero, e intanto perde ore, giorni e mesi dietro a cose che sviano tutto il processo produttivo.

Quando tu hai una vita nella quale metti l'80% in perdite di tempo e il restante 20% in cose produttive, allora non puoi pretendere di realizzare un gran ché.

Così, per quelli che non mettono la concentrazione in quello che vogliono realizzare, pensano che sia tutta fortuna quello che altri hanno, una bella vita, un reddito alto, una vita sociale meritevole e pensano che quello che a loro succede sia solo puro caso o solo perché sono sfortunati...

La tua vita è la somma di tanti e tanti errori, oppure, in via positiva, di tanti sacrifici e lavoro organizzato, ben programmati, per arrivare in cima, tanti scalini, di quello che tu hai ottenuto attraverso le scelte che solo tu hai fatto. Non c'è altro.

La sfortuna per me non esiste...e se esiste, incide per una piccolissima parte, quasi irrisoria, perché qualsiasi azione nella vita è dettata da come tu avrai il risultato della stessa...ogni scelta è determinante per quello che succede dopo.

Io credo che esistano le coincidenze, i fatti, quello che accade, cose che a volte tu non puoi governare, ma se tu avrai gli strumenti per far fronte a questo potrai sicuramente affrontare meglio l'accaduto chi è sprovvisto.

Hai fatto errori di percorso? Hai fatto tanti errori? Anch'io, stanne certo! Non sono immune a questo! Del resto, come tutti! Uhm!

Sai quanti ne ho commessi??? Una valanga!

Beh', la buona notizia è che c'è sempre tempo per rimediare, e ti dirò di più: più errori farai e più sarai vicino al successo, perché saranno quelli che ti daranno esperienza per imparare, di vedere come migliorare, ad un solo patto: "che tu li usi come esperienza per fare meglio". Se invece ogni volta che farai un errore ti deprimerai, allora la tua vita non cambierà, anzi cadrà solo in depressione e non riuscirai a vedere il futuro davanti a te.

Ogni errore che fai, vedilo sempre come un esperimento, come la lampadina  di Tomas Edison", e la tua vita assumerà una luce diversa, sarai propenso ad apprendere, avrai la mente aperta che recepisce meglio.

Impara a dire a te stesso: "Bene! Anche questa volta ho capito dove devo CAMBIARE!" Come un pasticciere che fa i biscotti...li fa e li rifà, finché non trova la ricetta che vince su tutte, quella che farà la differenza...  

Un'altra cosa importante che dovrai fare è questa: **Impara nella tua vita ad eliminare la parola "no"**, perché è restrittiva, e limitante, il no è pericoloso,

PERICOLOSISSIMO 😊 si instaura nel cervello e non lo fa collaborare, e tu resti bloccato...Abitua il tuo cervello a dire sempre: "Proviamo, dai! Coraggio fammi vedere la via giusta per farcela!" e questo ha molto valore sul tuo atteggiamento, cambia totalmente la tua visione nella vita...vedi le cose da un lato buono e risolvibile, il tuo cervello penserà sempre alla soluzione e non al problema.

Qualsiasi cosa tu farai devi avere una definizione non al brutto e depressivo, ma alla risoluzione per trovare la cosa migliore, al buono e vedrai che, se allenerai il tuo cervello a fare questo, piano piano vedrai la vita sotto un migliore aspetto.

Ogni giorno sento problemi su problemi di persone che non vedono la via d'uscita. Quale aiuto potrei essere a loro se anch'io ne creo? Io devo cercare soluzioni e aiutarli a costruire una vita migliore per le loro famiglie! E questo il Marketing lo può realizzare!

Capitolo 5 - Tutto crolla se non hai Perseveranza.



Negli ultimi anni siamo stati spettatori di avvenimenti che hanno segnato per alcuni dei disastri economici... (sto parlando del lockdown): le persone ora lo stanno quasi dimenticando...ma, in quel periodo c'è chi ha dovuto scegliere se tenere aperto per andare avanti oppure gettare la spugna... e sono perfettamente consapevole di ciò, perché sono tutti i giorni in mezzo a voi imprenditori, commercianti, artigiani, artisti o liberi professionisti... in quel

periodo ho dovuto cercare un metodo efficace, **Il Metodo** è quello che ha fatto la differenza per non chiudere e continuare in mezzo alla tempesta.

Ho usato un metodo fuori dagli schemi, e le aziende hanno potuto vivere e incassare e passare attraverso, un metodo che possono ripetere per proteggersi ogni volta che ci potrebbe essere una burrasca in arrivo.

"Sono convinto che circa la metà di quello che separa gli imprenditori che hanno successo da quelli che non hanno successo, sia la pura Perseveranza..."

Steven Jobs. Che artista era questo uomo!

Mi piace davvero questa frase, pura verità, un argomento cruciale che fa parte del processo produttivo.

Se tutte le aziende potessero lavorare solo online sarebbe come cancellare un pezzo della nostra storia, perché devi sapere che esiste ancora una parte molto grande di aziende locali che lavorano ogni giorno BtoC e io mi occupo dell'assistenza di tante di queste aziende.

Possono usare strumenti online, ma il contatto col cliente tutti i giorni resta reale...

Quando c'è stato lo stop nel lockdown le aziende hanno subito uno shock ed è stato lì che ho pensato di mettere a punto qualcosa che potesse far fronte a degli eventi successivi.

Potrebbe accadere ancora! E noi dobbiamo essere preparati!

C'è chi ha tenuto aperto con le giuste precauzioni oppure perché aveva un codice Ateco che lo permetteva, per determinati prodotti o servizi...e chi non poteva ed ha dovuto chiudere...

Chiudere, che parola orrenda! Come fare? Come poter aiutare queste aziende? È da lì che mi sono chiesta come poter colmare questo grande divario.

Ecco che la costruzione di un database è intervenuta e questo assieme ad altri strumenti ha aiutato i nostri imprenditori locali a sopravvivere durante il peggio e a giocare su una grande riapertura dopo, così gli incassi durante l'anno non hanno subito un grande e doloroso strappo, anzi c'è chi alla riapertura ha rafforzato le righe.

Ma perché gli Imprenditori che erano nel Programma hanno PERSEVERATO? perché sapevano che avevano un metodo da poter sfruttare durante e dopo, e qualcuno che li assisteva in tutto il processo.

E... dopo il primo lockdown hanno retto bene, sapendo che avrebbero potuto avere accesso ai loro clienti ugualmente avendo una lista a cui vendere, a cui consegnare e per taluni anche farsi pagare anticipatamente.

Ora facciamo un passo indietro e vediamo perché tu acquisirai fiducia più tempo che passa rispetto a tanti altri che non hanno una linea di lavoro, nessuna guida, nessun supporto.

Devi sapere che, quando entro in contatto con un'azienda trovo le situazioni più disparate e disperate che ci siano, perché?

Perché nella maggioranza dei casi tutti aspettano, aspettano e aspettano ancora... pensando che meno spendono più possibilità avranno di cavarsela, oppure pensando che il marketing non può aiutare a risolvere i loro problemi.

Ti posso assicurare che pubblicità no, non ti può risolvere i problemi, ma il marketing sì, perché è un pianeta diverso, e quello che io posso fare è portarti flusso di clienti e denaro, sapendo esattamente dove sei diretto ed avendo il

controllo della situazione, rieducando anche l'azienda ad una linea costante di lavoro e attenzione per il cliente.

Devi sapere che nella stragrande quantità di casi, quando gli Imprenditori iniziano ad entrare in un programma di Marketing per la loro azienda, vorrebbero subito i risultati, da oggi a domani, con **uno scrocchio di dita, Clap!!** ... eh sì...e nella maggior parte dei casi, investire poco o nulla e avere risultati veloci, perché arrivano ad un punto nel quale a volte sembra che non ci sia ritorno...ma, la buona notizia è che c'è sempre tempo per rimediare e costruire, non è mai troppo tardi.

Ricorda: **“Il Marketing ti costa meno degli interessi passivi della Banca!”**

La cosa più importante che devi tenere a mente è questa: “Il Marketing è lo strumento che ti aiuta alla costruzione della tua azienda giorno per giorno, e quindi il lavoro va creato”, (almeno il marketing che noi facciamo è così) e può avere degli alti e bassi.

Quando tu hai i bassi, è lì che devi perseverare, devi perseverare e avere pazienza per acquisire credibilità sul mercato e soprattutto continuare a promuovere l'azienda senza sosta e senza paura.

Questo ti aiuta a instaurare un buon rapporto con i tuoi futuri e attuali clienti. Perché? Perché è normale, un'azienda è una costruzione di ricchezza, è un processo di adesione, di vendite, e.... l'azienda vive grazie a quello che tu dimostri quanto vali sul mercato e tutto quello che fai per dimostrarlo.

L'azienda non è una cosa astratta e neanche una cosa dalla quale tu attingi miracolosamente soldi timbrando il cartellino...la ricchezza va prodotta.

E se la ricchezza non viene creata, non viene costruita da zero, l'azienda in sé non esiste. Quindi per cominciare a produrre ricchezza tu dovrai avere una platea di persone che ti seguono e che vedano cosa produci e se quello che produci è qualcosa che può loro interessare... vedi come tutto lega?

Creare ricchezza non è da oggi a domani, ma ci vuole tempo per costruire una folla di persone che credono in quello che tu offri sul mercato. Quindi, ricorda sempre che: "Anche quando ti sembra che lavori duramente ma non vedi risultati, ovvero, quando hai un periodo di stanca e sei triste perché vorresti di più, stai ugualmente facendo tanto per farti notare sul mercato!" La perseveranza ti dice di essere paziente, che con la costanza i risultati arriveranno.

Per Portare soldi alla tua cassa se non ne hai mai portati con metodo, dovrai pensare a qualche ora di farlo, altrimenti la tua attività è destinata a naufragare.

Ci sono tanti tipi di persone che incontro quando faccio la presentazione del programma di assistenza per la loro azienda: nel percorso posso vedere quanto sono insegnabili.

Ho diviso per comodità e per immaginazione di idee questi in tre tipi di persone:

***1-** Le persone che comprendono cosa significa fare marketing, e mi ascoltano in quello che io propongo di fare, e saranno quelli che faranno meno fatica ad attuarlo, e...anche se loro hanno difficoltà economiche, **a volte davvero tante**, si sforzano di fare quello che dico, e saranno quelli che otterranno più velocemente i risultati.

*2- Le persone che mi ascoltano al 50%, nel senso che hanno una loro visione, del "io sono già bravo" però proviamo anche questa...e queste persone faranno un po' di fatica ad ottenere risultati, perché pensano che loro, di suo, possono già essere tutto sul mercato...errore grossolano...non sapendo che il cliente non viene magicamente verso di te se tu non ti fai conoscere nel modo giusto...ci metteranno un po' più di tempo di altri a fare le cose....ma la buona notizia che ho constatato, è che dopo 4-5 anni cominciano capire che funziona 😊 😊 e allora si impegnano davvero. Se resistono tutto questo tempo, saranno premiati... insomma c'è speranza per loro....

*3 - poi c'è il 3° tipo di personaggio... che è rimasto indietro di 20 anni: questo tipo di persona pensa che il Marketing potrebbe servire, ma per il momento ho un sacco di problemi e "penso che prima devo pagare le bollette, poi inizierò a fare Marketing"...beh, lascia che te lo dica : le bollette non le pagherai mai, perché se non inizi, non avrai clienti e senza clienti, nemmeno avrai gli incassi, e senza incassi, non pagherai nulla, nemmeno le bollette... ✨ 😊 il cane che si morde la coda...e non vogliono uscire dalla situazione in cui stanno...a volte non riesco a farlo comprendere nemmeno col più bello dei disegni, credimi...

Questo terzo tipo di persone è molto difficile che abbia successo, ma non solo nell'azienda, anche nella loro vita...perché non sono insegnabili.

E... strano a dirsi tanti di loro sono persone che hanno una laurea, non sono persone all'oscuro di tante cose... ma come dice il maestro "Joda" in "Guerre Stellari": **"Devi dimenticare tutto quello che hai imparato"**, perché il Marketing vecchio non può sorreggere il cambiamento che è stato attuato. Quindi prima disimpara le cose che non servono più, e prima inizi a fare **soldi**.

Ed ecco un caso studio veramente incredibile: Mi ricordo sempre un'azienda BtoC aveva cominciato 4 anni fa a creare il suo database...il primo anno faceva ancora fatica a stabilire una connessione con la clientela...e sembrava che il business andasse a rilento, ed erano un po' demoralizzati a tal punto che dopo mesi volevano “sostare un po'” e il dissi: “non fate questo errore, perché è come azzerare quello che avete fatto finora!” e alla fine proseguirono...Alla fine del 1° anno di rodaggio del sistema, l'attività cominciò a partire alla grande, ed ora dopo 5 anni, hanno 5500 iscritti, un database enorme per una azienda locale, che non si erano mai sognati di avere...e questo grazie sulla loro costanza e sta ancora crescendo ogni mese sempre di più...

E lo sai una cosa? Hanno fatto tutto quello che io ho detto loro di fare! Quando lanciano un'offerta, una proposta sul mercato, beh, sono lì in tanti a servire, perché non ce la farebbero ad accontentare tutti.

Si sono organizzati e sono davvero contenti di portare incassi e ricchezza alla loro azienda. **Del resto: a chi non piacerebbe incassare di più?**

Perché ti racconto questo? I casi studio sono davvero quelli che fanno la differenza, perché tu vedi la riuscita delle tue teorie.

Una volta io lavoravo solo online, e non avevo esperienza diretta con la realtà, con gli imprenditori direttamente nelle aziende. Ora dopo anni sono riuscita a dire esattamente a chi me lo chiede, come andrà o no una certa strategia. Perché? Perché l'ho testata davvero, anzi l'ho testata dal vivo. Non vendo fumo, ma realtà!!!

Posso capire alcuni colleghi che rimarcano teorie sul funzionamento del marketing, e quello fino a dieci anni fa lo facevo anch'io; sapevo che funzionavano, ma sai una cosa? Ora col senno di poi sono contenta di aver

donato dieci anni della mia vita ad entrare nelle aziende e scoprire quello che succede lì davvero! Tutto questo ha portato la mia esperienza in alto!

Non avrei potuto dirtelo anni fa, ma ora i casi studio che ho sono reali, vivi e da raccontare. Pensiamo solo al periodo che abbiamo avuto dal lockdown ad adesso: se gli imprenditori che seguo non avessero avuto un metodo ben preciso e un database, avrebbero chiuso, sicuramente, avrebbero letteralmente chiuso.

Invece, con un metodo e costanza, sono riusciti a tenere aperte le loro attività, operativi al 60% consegnando a casa i loro prodotti o servizi, perseverando, perché quando sarebbe finito il periodo peggiore avrebbero potuto essere attivi al 100%. È vero che non erano attivi al 100%, ma sono riusciti a reggere, rispetto ad altri che non avevano supporto e sicurezza di un pacchetto clienti e hanno chiuso.

Tanti non avevano alcun sistema e sono stati spazzati via dal periodo cruciale del lockdown, tante aziende hanno proprio chiuso...e sinceramente quando passo in alcune vie di città o paesi vedo le saracinesche abbassate, mi stringe davvero il cuore . Penso a quelle famiglie che ora sono in difficoltà per quello che è successo e posso capire lì quanto disagio ci sia...

La lezione che ho appreso è che dobbiamo prevenire, perché tu non puoi sapere quello che succederà dopo, POTREBBE RIACCADERE! Quindi, "prevenire è meglio che curare"...come diceva un vecchio proverbio che è sempre valido.

Nel caso delle aziende che sto assistendo, loro hanno lavorato molto sul database, e sono rimaste operative. Se non avessero avuto un sistema, avrebbero chiuso, oppure sarebbero state in enorme difficoltà.

E ricorda: Hanno fatto tutto quello che ho detto di fare, anche quando non avrebbero potuto credermi che solo sulla bontà dei risultati, e il risultato è stato davvero incredibile! 😊

Capitolo 6 - Conclusione....

Grazie per aver dedicato il tuo tempo a leggere questo Report che fa parte del lavoro che sto svolgendo con gli imprenditori. Ci vorranno ancora 20 anni prima che le aziende in Italia comprendano che il Marketing è basilare per avere incassi maggiori e duraturi in crescendo e che fa parte di una moderna conduzione aziendale.

La buona notizia è che tantissimi lo stanno cominciando ad usare come si deve e sono davvero entusiasta dei loro risultati...e si vede ad occhio nudo la differenza tra chi lo fa e chi non sta facendo nulla. Tanti nemmeno si sforzano per comprendere che è necessario.

Continuano a pensare che solo perché hanno un'azienda che la gente può arrivare o debba affluire a flotte da loro...

La differenza tra queste due persone è colossale! Perché dico persone? Perché le aziende sono fatte di persone, le politiche aziendali sono sempre decise da persone che decidono di portare l'azienda in alto o affossarla...

Se ti può dare aiuto, posso dirti anche che la tua azienda non è una cosa a sé che ti può dar da vivere o sopravvivere: la tua azienda è quella cosa che se non funziona ti crea problemi che possono influire sul resto della famiglia.

I tuoi figli potranno avere una vita migliore se tu gli darai la possibilità di averla creando ricchezza.

Quindi il mio compito è far comprendere sempre questo agli Imprenditori quando inizio. "Fa che la tua azienda sia il tuo sogno, non il tuo incubo". Trovare il modo migliore per avere un'azienda rigogliosa è l'obiettivo che mi prefiggono

per ogni Imprenditore che sostengo ogni giorno. Posso darti una grande mano in questo.

Tu auguro un buon lavoro, un altrettanto bellissima giornata e che sia produttiva.

Claudia De Mori.

A handwritten signature in black ink on a yellow rectangular background. The signature is written in a cursive style and reads "Claudia De Mori".

Chi Sono, brevemente...



Il mio nome è Claudia De Mori, dal 2006 ho cominciato a studiare Gestione di Marketing delle Piccole e medie Aziende, dapprima il mio settore, la Ristorazione in seguito per Piccole e Medie Imprese anche di molte altre tipologie.

Dal 2010 ho cominciato ad aiutare le prime aziende e dal 2014 la mia azienda è diventata ufficiale sul mercato.

Da quando è cominciato ad evolversi il Marketing Interattivo, non tutte le aziende hanno recepito il cambiamento, la maggior parte hanno continuato a sperare sul passaparola e la bontà dei loro prodotti e servizi.

La creazione di un sito VIVO, e un social marketing giusto con una comunicazione innovativa... questo ha fatto sì di portare sul mercato e nuovi metodi di approccio col cliente e salvare aziende che avrebbero sopperito al cambiamento.

Questo metodo è molto importante per tutte quelle aziende che sono a contatto diretto col cliente, creare un sito vivo, dei social gestiti in modo intelligente e un tipo di e-mail marketing che abbia una risposta diretta, Un Marketing persuasivo che aiuti i tuoi clienti a capire il valore che TU, Imprenditore puoi apportare sul mercato e a fidelizzare i tuoi clienti.

In un momento dove la nostra economia sta avendo grandi difficoltà, le aziende hanno bisogno di un aiuto vero. Mi piacciono i Risultati, ma quello che dico sempre ai clienti è anche questo: “Sei disposto a fare tutto quello che ti dico di fare???” Questo è il più grande ostacolo di molti.

Se tu davvero vorrai cambiare il tuo destino ed entrare sul mercato per realizzare profitti nei prossimi dieci anni, dovrai cambiare la tua Comunicazione e aggiornarti.

Buon Lavoro.

Claudia De Mori.