

Il Marketing Moderno non è Mangime x Polli



Claudia De Mori



Ma è la svolta per il
Tuo Successo

Sommario

Titolo:.....	3
1 -Introduzione	4
2 – Come Nasce il marketing?	8
3 – Come è cambiato il Marketing in questi ultimi 10 anni?	11
4 – Fare Marketing significa investire? E in cosa? E perché devo investire?	16
5 – Ma il sito mi serve?	28
6- Come sfruttare il Marketing per avere risultati e portare in alto la tua azienda?	32
7- Cos'è il Marketing Interattivo?.....	37
8- Emergere dalle macerie con un Marketing Interattivo.....	39
9- Creare attraverso la rete una ottima reputazione, con l'aiuto dei Social Media.....	44
10- Conclusione.....	47
Chi Sono, brevemente.....	48

Titolo:

**Il Marketing Moderno non è
Mangime x Polli...
ma è una Svolta
per il Successo.**

Autrice:

Claudia De Mori

Sito web:

**[https://www.claudia-demori-
marketing-solutions.com/](https://www.claudia-demori-marketing-solutions.com/)**

1 -Introduzione

Grazie per aver scaricato il mio Report, e spero di darti alcune informazioni che potrebbero avere un impatto nella tua attività, nella tua vita e in tutte le tue aspirazioni che hai per poter cambiare verso il successo.

Innanzitutto: Perché questo titolo scherzoso e burlone? 🤪

La 1° ragione, è che ho voluto fare qualcosa di divertente anche se l'argomento è davvero MOLTO serio, perché voglio che le persone lo apprendano come qualcosa che può cambiare la vita in meglio, e non deprimente.

Quando le persone sentono la parola Marketing si ritraggono a riccio, e pensano a chissà quale concetto astratto, che sa di pozione magica che non realizza il benché minimo rimedio, tipo “l’Azzeccagarbugli” nei promessi Sposi di Manzoni...ma non sanno nulla di questo. La peggiore delle credenze è stata affibbiata a questa parola negli ultimi dieci anni, hanno detto di ogni sul Marketing.

La seconda ragione è che voglio sfatare il mito di tanti che **Credono** che per il **Marketing "sono soldi spesi inutilmente"**, un'altra delle grandi bugie che le persone dicono.

Credimi, anche se il mondo gira al contrario posso dirti con certezza che questo “congegno” sta salvando davvero tante e tante aziende in questo periodo. Senza il Marketing i 3/4 delle aziende che io assisto sarebbero ora chiuse; quasi nessuna di queste avrebbe incassato nel periodo del lockdown, anzi sarebbe deceduta (per dire un termine dolce).

Quindi se stai facendo un **Marketing** qualsiasi, per visualizzazione, o Social Media Marketing o per Acquisizione contatti, sappi che stai



investendo sulla ricchezza del tuo futuro, non sei come dicono tanti "un pollo" ma sei una persona che vede oltre e che sta costruendo la sua ricchezza, **il "Tuo Castello di Ricchezza per il futuro"**. L'importante che tu tenga la tua mente ben aperta a quello che sto per dirti.

Non dare retta a quelli che ti dicono il contrario, perché tutte le aziende che sono diventate grandi hanno iniziato dal basso, da essere piccole aziende per poi allargarsi e facendo salti di qualità, ma soprattutto "facendo vedere al mondo che esistevano".

Se resti un perfetto sconosciuto, non avrai accesso alle grandi opportunità, "non ce n'è di storie"! Non c'è nessuno al mondo che diventa grande solo col passaparola o dicendo che è più bravo, ma si diventa grandi investendo anche in quella che una volta chiamavano pubblicità.

Pubblicità? Sì certamente! Ma fatta in modo diverso.

La pubblicità grezza sulla quale tu investivi un tempo in volantini, tabelloni, striscioni da mettere negli stadi, magliette col tuo nome..., sponsorizzazioni di squadre sportive... radio, TV, visualizzazione, oppure presentazioni, biglietti da visita ...e chi più ne ha più ne metta, un calderone di cartaceo che ora non c'è quasi più. Ora Tutto questo viene investito online. È solo cambiato il modo di fare pubblicità, ma la sostanza è la stessa; ci siamo solo spostati dal fisico al virtuale.

Ora tu fai quasi tutto dal tuo Smartphone, giusto? Perché io dal mio Smartphone faccio tantissime cose. Quindi guardando la quantità di ore che la gente ci sta attaccata, vedi come si è spostata l'attenzione.

Bene! Vorrei che ora tu facessi mente locale: immagina la tua pigna di volantini che avevi lì nel tuo back office, o in un posticino del tuo ufficio, negozio o magazzino? Oppure i tuoi bigliettini da visita?

E che non vedevi l'ora di far distribuire perché ti arrivassero clienti, contatti, lavoro e che tutto questo si tramutasse in incassi? €€\$€?

Ora immaginati gli annunci e i contatti che arrivano dai social e dagli agganci dal tuo sito, perché è la medesima cosa, anzi meglio, molto ma molto meglio... **È SOLO CAMBIATA LA MODALITA'** di farti conoscere, ma il succo è il medesimo... ma è molto, ma molto più efficace di prima, perché c'è qualcosa che prima non potevamo fare...

Leggi ora con attenzione quello che ti dirò, perché potrebbe aprirsi una grande luce nella tua mente.

Una volta, (12 anni fa) uno dei miei mentori, che ho adorato per il suo Grandioso modo di spiegare le cose, in un modo semplice e efficace, disse in uno dei suoi corsi: "Potresti avere la brillante idea di fare i volantini...waw... e aspetta, ora ti dico esattamente tutto il percorso e come andrà a finire..."

“**Potresti far fare alla tipografia tanti volantini da riempire un aereo e poi farlo sorvolare e buttare direttamente in una città, regione, o più, a seconda di quello che potrai spendere, una pioggia di volantini dal cielo ma, bada bene, i volantini cadranno e waw, si magnifico! Tu vedrai le persone che li raccoglieranno, fantastico, ma non saprai mai, e dico MAI... chi li ha raccolti, e non li potrai ricontattare se loro di spontanea volontà non verranno da te!"

BINGO!! 🤩 Pensai, questa è veramente una cosa pazzesca, enorme 🤩 e cruciale allo stesso tempo. "Non li potrò più ricontattare...e allora cosa li faccio a fare? ...e chi ci pensava a questo? **Tutti non lo pensano**, (anzi la maggior parte, perché quelli che lavorano con me, lo hanno compreso) e questo è lo step che le persone alludono ogni volta, e infatti continuano a fare gli stessi errori.

Invece col Marketing online tu lo potrai fare, potrai contattare sempre chi riceverai. Perché? Perché SI con il tuo sistema online lo potrai fare!! E presto lo vedremo assieme...

Quindi...Mettiti concentrato e allo stesso tempo interessato 1/2 oretta e leggi attentamente, perché in questo Ebook ricco di aggiornamenti ti dirò cose che non ho mai detto...fanno parte dell'organizzazione di un'azienda, perché contengono cose che ti aiutano anche dal lato incassi, amministrazione e soprattutto sapere l'equilibrio interno per farla funzionare.

Potrebbero farti sobbalzare dalla sedia, ma è così che mi piace, la reazione che potresti avere per pensare di fare alcuni cambiamenti nella tua vita, perché se ti farà click qualcosa allora c'è speranza che tu possa cambiare che tu possa uscire dalla staticità e creare la tua parte di Grande storia nella società. Se hai una bella azienda, non precludere a te stesso la possibilità di poterti evolvere e avere tanta parte sul mercato, farti conoscere e diventare nazionale... di più...NON PRECLUDERE MAI IL TUO SUCCESSO!!!

I migliori imprenditori sono le persone più semplici della terra; quindi, per tutti esistono opzioni per il successo, come dice Kevin Hogan, "siamo tutti invitati al tavolo del successo, dipende da te se vorrai partecipare".

Prima di proseguire vorrei dirti questo: se trovi degli errori di grafia, beh io non sono una prof di letteratura, 😊 il mio lavoro non è insegnare dove vanno le virgole, ma farti mettere i soldi nel cassetto... il mondo purtroppo, è pieno di letterati squattrinati. Perché? Perché le scuole insegnano un lavoro, ma non l'indipendenza economica, e di questo tornerò a parlare dopo su un altro capitolo...

Quindi ti prego, lascia da parte le virgole e concentrati sui contenuti. Considera questo Ebook come una cassetta di attrezzi, dalla quale trarrai il meglio per la tua azienda, per te e per la tua vita.

2 – Come Nasce il marketing?

Ti darò qualche cenno storico, ma non molto, giusto qualche riga, perché il mio obiettivo non è darti una montagna di teoria e teorie, ma pratica per avere in mente un sistema chiaro con cui procedere. In questo capitolo vorrei parlarti di come è nato il Marketing, non per avere una descrizione, ma perché è importante sapere cos'è, perché sta continuamente evolvendo e quindi aggiornarsi.

Il Marketing in teoria c'è sempre stato, si parla fin dal medio Evo, o si crede ancora meglio dai tempi dei Romani...quando nei mercati e nelle piazze i commercianti facevano i loro banchetti, proponevano i loro prodotti e cercavano di convincere che quello che vendevano era meglio del concorrente, anche se questo non era chiamato con la parola Marketing, ma promozione per vendere...

Tanti pensano che il M. sia nato negli Stati Uniti, ma, da una ricerca dal sito di okpedia.it, (che allego qui sotto con un trafiletto) posso dirti che è nato prima.

Ecco cosa si dice, ti riporto il loro testo:

“Il marketing ha origine negli Stati Uniti nei primi anni del Novecento. Alcuni testi fanno però risalire la sua origine al XVII secolo in Giappone, quando un mercante di Tokyo introdusse l'organizzazione del suo magazzino con criteri innovativi che oggi chiameremmo tecniche di marketing. Il mercante giapponese del 1600 organizzava l'esposizione dell'emporio tenendo conto delle esigenze dei propri clienti e dello studio del mercato.” Ecc.... ecc....”

Quindi, il marketing che tanti sbandierano sia nato in America aveva fondamentali antichi già prima in altri stati. Perché veniva chiamato Marketing? Cosa aveva in più dalla semplice Promozione?

Diciamo che c'è una differenza di fondo:

****1°il Marketing vero, comincia a prendere forma attorno al 1930 e si stacca dal solo fare pubblicità, allo studio e l'analisi di Mercato, le ricerche di mercato, tutto quello che la gente cerca, cioè le necessità delle persone, e da qui la differenza tra Pubblicità e Marketing.**

****La 2° cosa importante è che differenzia il Marketing dalla Promozione è che tu fai compiere alle persone un'azione specifica per acquistare.**

Studiando le esigenze delle persone, si era arrivati a comprendere quello che era giusto produrre e molti meno lanci di cose inefficaci o inutili fallivano...ecco perché il Marketing aiuta a capire cosa realmente i tuoi clienti hanno bisogno, oppure cose che vanno migliorate per una miglior produzione.

Da questo concetto che poi è stato corretto e perfezionato nel corso degli anni, ora si studia come portare sul mercato quello che le persone realmente cercano, le necessità, oppure qualcosa che fa trend, moda, tendenze di questi anni, quello che potrebbe veramente essere acquistato, oppure, ascolta bene, quello che potrebbe essere promosso come una innovazione e futura necessità.

Quindi se tu produci o vendi oggetti, o articoli che la gente non comprerebbe mai, non solo butti il denaro in pubblicità, ma fai anche un enorme magazzino che ti pesa enormemente in interessi passivi in banca.

Ecco perché il marketing è cambiato e cambierà le sorti di un'azienda. Quando io dico alle persone che devono creare o produrre cose di cui la gente ha bisogno, non sto scherzando, perché è finito il periodo che tu pubblicizzavi e la gente acquistava.

Ora la scelta è molto chiara: le persone acquistano solo cose che possono acquistare perché sono diventate delle necessità, oppure attrezzatura che fa risparmiare tempo, articoli o prodotti che migliorano la vita...che danno di più di altri a livello qualitativo...e un sacco di altre caratteristiche che sono state classificate nelle ricerche per ogni categoria.

Quindi, quando ti appresti a vendere qualcosa, chiediti sempre: "Sarà utile per il mercato?" Se apro un'azienda, potrà decollare? Il mio prodotto avrà riscontro sul mercato?

Ci sono tanti settori che nonostante le difficoltà di questo ultimo anno hanno aumentato le vendite. Perché? Perché ogni cambiamento porta esigenze diverse! Lasciando fuori la produzione di mascherine nel periodo del lockdown... che è stato uno dei settori che ha centuplicato la vendita, tanti altri potranno fruire del cambiamento, perché ogni periodo che inoltra drastici cambiamenti dovuti a periodi di difficoltà, segna un inizio di una nuova era.

Se tu vai a cercare settori in crescita, vedrai che nel campo degli Integratori, della Salute, dei prodotti Naturali, della Bellezza, della Tecnologia, dell'Informatica, delle vendite Online...ecc.... ecc.... e in altri settori, il mercato cresce.

Questo cosa significa? Che le persone mettono i loro soldi qui in questi campi. E se tu stai pensando in quale business orientarti o cosa poter vendere, ecco che la risposta non dovrebbe essere difficile...

Non ci sarà più la vendita di assi per le carrozze dei cavalli... x intenderci (a parte quando vengono usati nei film), si guarda a produrre quello su cui la tecnologia e l'innovazione crea e va avanti.

L'unica cosa che non mi stancherò mai di ripetere è questa.

“Guarda cosa succede sul mercato e regolati di conseguenza!”

3 – Come è cambiato il Marketing in questi ultimi 10 anni?

Premesso che la storia ha insegnato quanto tempo fa il Marketing sia partito e abbia cambiato la sorte di molti...in questi anni il modo di mostrarsi sul mercato è cambiato, e con l'avvento dei social, le persone passano tantissimo tempo sul loro **Smartphone** e non più guardando volantini, o leggendo pezzi di barboso giornale...ma osservando quello che succede sui social...quindi... se il canale che ha più attenzione è questo, perché ti ostini ancora a fare volantini come ho detto prima?

La domanda è un pò azzardata ma le persone, (ancora tante) soprattutto aziende di spicco, ancora non capiscono e nonostante io spiego quello che ho spiegato nell' introduzione, continuano a spendere in volantini che puntualmente cestinano...si parla che ogni 1000 volantini solo 5 o 6 siano letti...che spreco...di tempo, di carta e di soldi...!! E oltretutto anche un grande inquinamento...(Investire 500 € su volantini equivale a mettere i tuoi soldi nel gabinetto e tirare l'acqua: è un brutto esempio ma rende subito l'idea)

Oppure, altro errore, le persone investono denaro sui tabelloni...che per strada li stanno togliendo tutti, o per lo meno trovi tanti spazi vuoti che reclamizzano la possibilità di pubblicizzare, es: "la tua pubblicità va qui" ma nessuno investe più in questo...quanti tabelloni vuoti che vedo nelle strade...ti suona qualcosa in questo?

Semplice: perché non li guarda più nessuno. E Perché? PERCHÉ sono lì in "quel preciso punto della strada", e se tu non passi di lì non li vedrai mai. E se non ci passi? Non li vedi, quindi soldi buttati...Ecco la differenza.

Potrei farti un grande esempio: c'è un signore, un po' "so tutto io" che prima del lockdown siamo andati a trovarlo, era d'accordo su tutto, sul creare la piattaforma, sulla mailing list, sui social, su quasi tutto, ma

senti la bella...tranne che sull'investire sui social...e questa la dice lunga, e poi ascolta bene, mi ha detto questa frase che allora ha mandato in crisi tutte le mie speranze per poterlo aiutare: "io ho investito sui tabelloni, perché qui in questa strada passano 6000 auto al giorno, quindi il tabellone si paga da solo...

Con tutto il rispetto per le aziende che vendono questo tipo di servizio, io non lo farei più adesso. Ma soprattutto non butterei soldi sulla speranza che le persone che passano di lì, delle quali non ho contezza alcuna su come poterle ricontattare, faranno la loro scelta. 😊

Comunque, esempio lampante, nel periodo del look down, non passava più nessuno, e a differenza di quelli che avevano la lista, lui ha guardato fuori se arrivava qualcuno, capisci la differenza?

Ricorda che le persone non possono acquistare perché vedono un tabellone. La gente ora vuole certezze, vuole sapere cosa vendi, ma soprattutto per vendere tu dovrai avere un'offerta sul mercato...questo è il gancio che fa tutta la differenza...e che mai nessuno ti spiega.

Ci sarebbe da spiegare due ore perché questo serve e come farlo, dopo vedremo bene una particolare angolatura di questo, ma quello che mi piace dire al mio Imprenditore, quando mi sta di fronte e settiamo il programma di Marketing mensile o bimestrale, come esempio porto sempre questo: " Tu non puoi dire dal tuo sito "iscriviti alla news letter che ti manderemo tutte le news" come i vecchi siti di qualche anno fa, perché non si iscriverà un bel nessuno! "A nessuno piace sprecare tempo per iscriversi a qualcosa che non dà nulla in cambio!"

Oppure "iscriviti qui perché io sono più bravo" 😊 esattamente non succederà un bel nulla. "Beh, che tu sia il più bravo a me non interessa, non me ne frega proprio nulla!" Questa sarà la considerazione di chi ti legge.

E lo sai perché? Perché il "cervello rettile del tuo interlocutore dall'altra parte potrebbe dire: "Cosa ne ricavo? Qual è la convenienza?" Ecco il punto! Quindi, il Marketing moderno e per interazione funziona in

modo differente, con la costruzione di un congegno "win to win", dal quale le persone, intelligentemente guadagnano entrambe.

La vita è già dura di per sé, facciamocela piacere 😊 costruendo un rapporto con i nostri clienti esattamente di trasparenza e affiatato, nel quale mensilmente o bimestralmente noi diamo qualcosa a chi fa il primo passo per acquistare quello che noi promuoviamo. 😊 Capire questo concetto è enorme, perché fa parte di una delle leggi di persuasione e inoltre i tuoi clienti si sentiranno davvero contenti di acquistare da te.

Chi lavora da anni con me lo sa cosa intendo, e ti garantisco che loro sanno cosa fare ogni mese e assieme settiamo periodi interi per viaggiare verso l'indipendenza economica. Avere il conto in verde e disporre del denaro per poter vivere e non sopravvivere, è una cosa grande! Pensa come cambia questo e poi converrai con me che costruire qualcosa di grande è meglio che aspettare all'avventura!

Dopo quello che è successo nei periodi del Covid, le aziende ne hanno risentito talmente tanto che ancora oggi tantissime hanno avuto scossoni da paura e hanno avuto una frattura così forte che si sono riprese a malapena!

Posso dirti che le aziende che fortunatamente hanno seguito un sistema hanno incassato e hanno fatto bene il loro lavoro in modo molto più organizzato di chi non aveva nessun sistema. Perché? Perché sapevano esattamente cosa fare. 😊

Hanno costruito il loro database ed hanno comunicato costantemente con i clienti, e questo è stato l'anello vincente.

E qui entriamo nel bello del Marketing!

Come la Reclam che dice: "No pizza no party" e io potrei dirti la stessa cosa: "No database, no clienti e no incassi!"

Ma qui sento già una vocina che mi dice: "Che pizza! Costruire il database!" Ah, sì lo so, certamente che lo è, si paga un prezzo per questo,

ma questo è il prezzo della Salvezza oppure del Fallimento. (tienilo bene a mente).

Potresti vendere anche senza? Sì, certamente, ma la differenza è enorme, come ad esempio andare da Milano a Roma con la carrozza, oppure, meglio, prendere l'aereo, dalla lentezza alla velocità e la certezza di avere un pacchetto clienti vivo e vegeto.

Posso dirti una cosa? Io sono 14 anni che sono online, ed ho iscritti che risalgono ancora al 2010, si vorrei che tu rileggessi bene DAL 2010...e che continuino a seguirmi ogni volta che lancio un aggiornamento via mail, persone che hanno acquistato i miei programmi anni fa quando avevo iniziato a scrivere i primi Ebook...e la cosa importante è che loro ricevono i miei avvisi ben volentieri ogni volta che io scrivo, perché se non li avessero voluti si sarebbero cancellati, ecco il punto...quindi un database è una fonte di ricchezza per quello che può portare adesso, per te e soprattutto dopo...e questo lo devi vedere proprio per te, dal tuo punto di vista x la tua azienda. Il database sarà il tuo castello di clienti futuri e fonte di futura ricchezza. 😊 ✨

Logicamente tu non puoi spedire mail a manetta ogni giorno, (a parte quando ci sono eventi particolari...) c'è un limite alle regole della sanità di mente, che ti dice che le persone dovranno ricevere informazioni, ma in modo equilibrato. Solo così il tuo cliente le leggerà e rispetterà il tuo lavoro.

Il Marketing attuale sarà diverso ed efficace, perché è un Marketing in movimento, completo e controllabile dalle persone a 360° attraverso uno strumento: **il loro Smartphone** che permette di viaggiare nel mondo, e non in un singolo posto dove ti trovi, ma ovunque, e non più statico.

Questo perché tu, proprio tu ✨ ti devi poter connettere non solo con le persone del luogo, ma con il resto del mondo.

È un Marketing basato sulla comunicazione social, perché lo strumento che le persone hanno a portata di mano sono i social, e ci

navigano per ore...quindi ora, nell'era del business online che è già iniziata, i Social saranno "Il Re del Business ". (Tutto questo logicamente fatto in modo etico e serio, rispettando le regole della privacy per ognuno.)

4 – Fare Marketing significa investire? E in cosa? E perché devo investire?

Ecco da domanda cruciale che mi pongono quasi subito, una cosa davvero grande su cui devo dedicare un Grande capitolo. È un dilemma sul quale mi trovo di fronte ogni settimana, per non dire quasi ogni giorno...perché, quando parlo con gli imprenditori loro vorrebbero, come si suol dire "la botte piena e l'oste ubriaco"...ma tu non puoi pretendere che la gente ti veda, che la gente arrivi se tu non ti promuovi e non investi denaro nel modo giusto per farli arrivare... lo dovrai fare e investire.

Perché?

Potrei darti una risposta breve, che ti dà un'idea di come avviene nei post dei social. Prima, se tu avessi avuto 1000 like nella tua pagina, quando facevi un post almeno la metà di questi lo avrebbero potuto vedere, ma ora con i nuovi algoritmi settati da Facebook, forse il 15% dei tuoi like lo vedranno.

Perché? Beh, perché Facebook vuole monetizzare, ed ha ragione, sacrosanta ragione. Tu non hai idea di cosa costa il lavoro che compiono dietro le quinte gli sviluppatori, perché Facebook è un miracolo, una potenza, e queste persone lavorano instancabilmente ogni giorno per dare il meglio a tutti noi.

Facebook è il colosso mondiale n° 1 dei social, il più attrezzato e il più organizzato per farti decollare sul mercato. Ecco perché, se l'organizzazione costa tanto, anche le spese vanno pagate, e da qui la decisione di monetizzare.

La gente pensa che è tutto "copia e incolla", e nel mondo del "tutto gratis" tutto arriva con uno "scrocchio di dita" ma non è così e la gente

non vede il lavoro mastodontico che c'è dietro: enormi piattaforme che funzionano instancabilmente, giorno e notte...

È anche normale che sia così perché essendo free e user friendly c'è una grande fetta di persone di tutte le età che sovrasta la piattaforma, e la grandissima quantità di questi non ha un'azienda, e non ha interessi a monetizzare, ma a passare del tempo con amici. Bene noi da questo, ne trarremo vantaggio, profitto... e coglieremo l'opportunità di creare la nostra struttura aziendale. E a noi questo torna molto molto bene!

Torniamo all'argomento del capitolo: la domanda famelica che io ricevo ogni volta è questa: "Su cosa investo?" "E.... quanto investo?"

Cercherò di darti un'idea su questo, anche se ogni situazione aziendale è diversa...

A volte i social per interazione non bastano, e anche se io non sono molto portata per i canali di visualizzazione, raramente investo nei grandi colossi, e sconsiglio vivamente di investire per visualizzazione perché è davvero l'ultima spiaggia che resta ad un'azienda, dopo averle provate tutte, e bada bene, se nemmeno per visualizzazione funziona, significa che tu devi pensare a riposizionare la tua azienda e a produrre qualcosa che veramente serva al mondo...ma questo è un discorso che potremo affrontare in un capitolo a sé, un libro a sé, perché riveste primaria importanza...

Il concetto è grande e va compreso...e ancora larga parte di persone a capo di aziende non lo comprende...e produce e continua a riempire i magazzini cose che non servono alla gente.

Così poi si chiede: "Perché non riesco a vendere?" Ti sei mai chiesto perché il tuo prodotto non serve al mercato? Non ti sto dicendo che non è bello, o non è benfatto, ma al momento non ha presa sul mercato, sulle esigenze delle persone, e quindi tu non lo potrai commercializzare, e se non lo vendi non realizzi...

Devi pensare a creare qualcosa che possa essere utile, o che possa "diventare necessario per il mercato, che serva veramente alla gente" e

questo è il concetto chiave...se tu vendi stufe nel deserto del Sahara, sarà poco probabile che ci sia qualcuno disposto a darti credito...anzi...ma se tu venderai ventilatori ne deserto, o refrigeratori, allora sì che si gireranno a guardarti...ecco qual è il concetto.

Avere qualcosa che fa grande il bisogno sul mercato, dove tu sei, e poi testare l'efficacia di questa cosa, chiedere il parere della gente, e poi iniziare a farlo bene e a promuoverlo...e ancora questo concetto è ampiamente sottovalutato.

Io mi ricordo 14 anni fa quando uno dei miei mentori soleva dirmi questo: " Ancora la gente non capisce l'importanza di produrre qualcosa che realmente serve al mercato: continua a produrre quello che loro pensano vada bene sul mercato...senza chiedere alla gente un parere, senza testare quello che potrebbe realmente servire...e così tantissime produzioni falliscono".

Ora, nell'era moderna, qualcuno inizia a comprendere questo concetto e segue la via giusta. Ora ammettiamo che tu proponi poi sul mercato un prodotto giusto: come fai a venderlo e a farlo apprezzare alla gente? Devi investire, per poterlo mostrare alle persone nel mondo, affinché tu possa venderlo e realizzare utile in quantità giusta all'azienda, per poter affrontare i costi e creare ricavi e utile sufficienti per far prosperare le famiglie che ci lavorano, e per avere il giusto giro di denaro che ti permetta di gestire la tua azienda senza debiti alcuni.

Ma questo, ancora una volta, per il 90% dei casi non viene compreso, e mi sento dire che è sufficiente basarsi solo sul prodotto, sulla bravura di saper fare qualcosa, e sull'essere più bravi di altri nel produrre qualcosa...

Posso dirti che non hai ragione? Perché sento già una vocina che mi dice: "Ma la nostra azienda è sul mercato da 50 anni...e abbiamo una clientela affermata, la gente ci conosce e sa che lavoriamo stra bene " Ok, com'è che i vostri incassi non reggono le spese? Capisci che a questa domanda c'è qualcosa che non va, devi cambiare registro...

****Ecco allora che arriviamo alla prossima domanda che quasi nessuno ti fa ed è questa: Quanti incassi ti servono per pagare le spese attualmente della tua azienda?**

Questa segnatela, c'è da fare un monumento a questo step... perché è uno step che la maggior parte non comprende, anzi non realizza che il governo che tu incassi o no le tasse fisse te le invia da pagare, e su questo non ci piove.

Ci sarebbe fino a domani da parlarne su questo argomento...ma, strano a dirsi, tutti fanno il cammino a ritroso: prima creano l'azienda, assumono gli operai, e poi pensano come portare sul mercato loro prodotto, pensando che un po' di pubblicità fatta a caso per visualizzazione possa bastare a portare un'affluenza di clienti da tenere in piedi un'azienda, si tenerla in piedi...ma non è così, questa è la ricetta più bella per il disastro...ecco perché, dopo un paio d'anni l'azienda chiude.

Una frase che sento spesso è anche questa: "Ma è necessario che mi vedano, poi arriveranno da noi e faremo noi l'offerta personalizzata..." Un tempo lo potevi fare, ora non più! **Ora devi fare in modo che arrivino da te, e se non li fai arrivare, non potrai presentare la famosa Offerta personalizzata perché, se nessuno mette piede da te l'Offerta te la godi tutta tu!** Adesso devi avere un congegno di ricezione contatti che fa tutta la differenza, e creare qualcosa di preciso per la tua azienda.

In questo frangente **"il Marketing Vero"** interviene e aiuta l'imprenditore a capire quello che non ha compreso in precedenza... Quindi: Perché serve il Marketing? La differenza che un Marketing può fare è aiutarti a capire quanta parte di lavoro, incassi e operatività ti manca per avere successo sul mercato e portare denaro a sufficienza nella tua azienda per prosperare e non fallire.

Poi il commercialista può fare tutti i conti per te, e spesso i resoconti sono dolorosi, solo che lui ti può fare i conteggi, ma la ricetta per portare soldi alla tua azienda NO; quindi, se tu non hai un sistema che mette turbo e movimento nella tua azienda e non porterai incassi, allora non la potrai prosperare o mantenerla aperta a lungo, anzi preparati

psicologicamente per una ricetta non entusiasmante: ci saranno problemi grandi.

Ed ora affrontiamo un altro grande tema: "I cambiamenti ". Intendo parlarne perché saranno la chiave per il tuo successo, senza i passi necessari resterai quello che sei ora, fermo, statico...

Mi viene sempre in mente **la frase di Kevin Hogan "ci sono persone che dicono: io non cambierò di una virgola, così sono e così resto! Ok, tanti auguri! Resterai quello che sei!"**

Vuoi il successo? Devi cambiare perché, se non lo hai ottenuto finora, significa che non hai fatto le cose giuste che dovevi fare. E 14 anni fa scrissi questa frase sul mio diario, e cominciai a lavorare per il mio cambiamento e la differenza cominciò a vedersi eccome!

Raccolgo periodicamente aziende che hanno fretta di migliorare la loro situazione e di questo sono davvero contenta, ma quando inizio e chiedo i cambiamenti lo so già che trovo una grande barriera: tutti vogliono ottenere grandi cambiamenti, ma pochi sono disposti a cambiare!

E lo so già che qui inizia il grande mio lavoro, far comprendere alle persone quanto sia migliore una vita di successi piuttosto che di stenti...Non precludere nulla della tua vita per arrivare al successo che meriti!

***Ok, torniamo sul pezzo: **"quanto investo?"** Investire... che parola grande! Qui c'è uno step fondamentale: "entrare nell'ordine di idee dell'investimento" è un giro di boa, ogni volta che parlo di investire, le persone si ritraggono a riccio.

Tanti pensano che io crei tutto l'impianto di Marketing, lo metto lì, e poi debba funzionare da solo senza investire un penny? pazzesco, e chi ti vede? Nessuno, c'è lo guardiamo io, te e tuo marito...ad esempio...sì, sto dicendo davvero, perché è così che succede e se tu non investirai per portare la tua azienda sul mercato nessuno o solo pochi vedranno i post

sui social che tu farai oppure le promozioni che organizzerai...i tuoi prodotti che vorrai vendere, il tuo servizio che vorrai proporre...

A livello amatoriale tu lo potrai fare, se vuoi puoi restare attaccato tutto il giorno ai social, che sono una fonte di allegria e sollazzo ma per le attività no! devi impostare qualcosa che possa tramutarsi in vendite, e semplicemente con le esclamazioni "che bello" oppure "che spettacolo" non vendi!

Ed ecco la risposta che arriva puntuale: " ma io pubblico 3 volte al giorno..." che follia! FOLLIA PURA! Tu non sei la BBC o neppure un attore, alla gente in questo momento interessa poco di te, o ancora meno che tu pubblichi per far acquistare x 3 volte al giorno.

Ricorda che ci sono 2 tipi di post:

1- I post divertenti, nei quali la gente mette un sacco di like, ma che non riguardano minimamente cose da acquistare, ma solo paesaggi e come si suol dire sollazzo, "post relax", io li chiamo... nei quali la gente passa e vede una bella immagine e clicca subito sul like...e lì giù una montagna di like...il post dice poco o nulla ma è divertente e allora avrà un sacco di like, sicuro!

2 - Mentre il secondo tipo di post è quando tu pubblichi qualcosa su quello che tu vendi. Beh, in questo 2° caso, la gente, ha un certo tipo di stop, perché il loro "cervello rettile" ha il sentore che tu debba vendere loro qualcosa..."ecco, dicono ci siamo, io dovrei acquistare, dove sta l'imbroglione"? E qui c'è lo stop, il cervello dice: 'passo' così non comprano. L'unica via per ottenere qualcosa è aggirare questo stop, è cercare di lavorare win to win...un sistema che io spiego sempre agli Imprenditori quando entrano in assistenza con me...e questo è materiale abbastanza tosto che è per quelli che veramente vogliono fare lo step successivo.

****In ogni caso investire è d'OBBLIGO se tu non vuoi restare indietro.**

Io stessa investo ogni mese una cifra stabilita per farmi conoscere sul mercato. Quindi alla domanda: Quanto investo? Io rispondo: Dipende da tante cose...

- 1- Dipende dell'entità e dalla grandezza dell'azienda.
 - 2- In quale tipologia di mercato operi.
 - 3- Dipende da quanti dipendenti hai...
 - 4- Dipende da quanto veloce vuoi correre sul mercato...
- E.... l'atteggiamento che dovrai assumere sul denaro è, che investi per una pubblicità giusta, e che investi soprattutto perché ti porterà ricchezza dopo.

Quindi: Comincia ad investire almeno 2 € al gg se di più non puoi, ma investi, perché sarà quello che ti aiuterà a costruire le fondamenta della tua azienda...

2€ al giorno? Ma tu sei folle...ok, la cifra giusta sarebbe 20€ al giorno, minimo...ma per la persona che non ha mai trovato un posticino nella sua testa sul come promuovere la sua azienda, anche 2€ al giorno sono tanti!

la risposta che mi sento dire è quella che ho scritto sopra... ogni volta che propongo di investire. Beh, ti do una ricetta: vai qualche volta o tutti i giorni a fare colazione al bar? Saranno 2€ per un caffè o cappuccino e 1 brioche, giusto? Investire in cappuccino e brioche tutte le mattine (che tra l'altro non fa poi così bene, x il cappuccino ancora ci sto, ma la brioche 😊 fa più male che bene...senza nulla avercela contro il bar ovviamente) ti potrebbe appagare, ma se tu investi in qualcosa che ti ritorna dopo con gli interessi per costruire la tua indipendenza economica, è qualcosa di grande...Pensa alla differenza: il valore di una colazione del mattino investito per avere un ritorno dopo...e questo è davvero quello che la gente non comprende.

****Ancora potrei farti un altro grande esempio:** per coloro che fumano...e investono il loro denaro in un pacchetto di sigarette, pur sapendo che fanno male, (minimo 5/10 € al giorno, e questo è pazzesco) potrebbero investire in qualcosa che porta ricchezza dopo...comunque è assodato che se comprenderai questo step, che tu decida o no di non bere più cappuccino e brioche, o non smetta di fumare, o faccia entrambi,

e investirai ugualmente in pubblicità, allora significa che avrai compreso la grande importanza della cosa...sarai già ad un grande passo per intendere che la tua azienda va vista nel mondo...e allora inizierai ad entrare nell'ordine di idee che investire per avere clienti, non è gettare i soldi dalla finestra, anzi...è il primo passo verso la libertà.

Se io dovessi dirti cosa investire ti potrei dire che la cifra esatta potrebbe essere il 5% dei tuoi incassi annuali, diviso 12 e quella sarebbe la cifra da investire ogni mese...ma ancora una volta mi diresti che io sono folle 😊 in ogni caso, tu comincia con il valore di “cappuccio e brioche” e poi potrai davvero crescere man mano che si sviluppa tutto il business.

Ricorda: senza clienti, la tua azienda muore! Tu muori, perché non incassi, e visto che i volantini che fai fare alla tipografia costano, senza portare nessuno, gli stessi soldi che tu investivi per i volantini che guardi attraverso un cartone pieno, investili online, e vedrai che ti frutteranno molto...e molto bene.

La successiva domanda è questa:

"Ok Claudia, mi hai convinto, investo, ma su cosa investo?"

"E come investo questi soldi 💰 ?"

Qui ci sono tante strade, ma quando arrivo in un'azienda la prima cosa che dico è questa: investili per acquisizione contatti e nuovi leads, perché saranno loro il tuo prossimo portafoglio clienti.

La risposta successiva che ricevo sovente è questa: cosa me ne faccio di tutti questi iscritti alla mailing list se nessuno compra? Questo è l'errore più grande che una persona possa fare; innanzi tutto, le persone non possono darti subito fiducia piena, ti hanno appena visto, e poi, le persone si iscrivono non solo per curiosità, ma perché pensano che potrebbe esserci qualcosa che potrebbe andare bene per loro anche in futuro. Ma subito non acquistano mai, non acquisteranno mai subito! Questo fissalo bene in mente!

Non potranno acquistare subito! Perché?

Sono tante le risposte che potrei darti:

1- Potrebbe darsi che in quel preciso momento l'offerta che tu fai non sia esattamente quello che loro cercano, ma hanno visto quello che proponi e prossimamente acquisteranno da te.

2- Il percorso di una persona prima di diventare cliente è un normale passaggio...che io ho spiegato più volte nei miei articoli, ed è così importante comprenderlo perché, se tu afferri questo particolare, **allora creerai un impero**. Cerca sul mio sito: "Claudia-DeMori-Marketing-Solutions.com" nella sezione "Risorse gratuite o a pagamento" il Nuovo Ebook aggiornato che parla del "Percorso del Cliente" e troverai la risposta del perché serve una lista, e perché le persone non acquistano subito.

3- Le persone non acquistano di impatto, raramente succede, ma acquistano dopo un diverso periodo che tu entri nella loro vita attraverso una informazione costante...devono capire chi sei, cosa fai, cosa porti sul mercato, e soprattutto se si possono fidare di te...e tante altre cose che ogni leads (futuro cliente) si chiede.

Se tu comprendi questo concetto allora il tuo grattacielo di leads lo costruirai, anzi come stanno facendo i miei clienti, non vedrai l'ora di costruire la tua lista, e ti darai da fare per farlo...perché intuirai che non avrai più paura di qualsiasi Tsunami possa avvenire nel mondo. E questo vale per ogni tipologia di Business, anche per coloro che fanno network marketing, anzi ancora meglio, perché tu puoi lavorare col mondo e le persone vanno direttamente col tuo codice ad acquistare...

In un periodo come questo, quando tutto è online, avere persone in organizzazione che acquistano da parti diverse del tuo stato è molto più semplice che dieci anni fa...è anche molto più semplice comunicare con loro, per poter creare un rapporto di collaborazione speciale, come se le persone fossero vicine a te, perché gli strumenti che abbiamo ce lo consentono.

Il database è qualcosa di enorme perché creando un database di persone interessate, qualsiasi cosa tu muoverai all'interno della tua azienda/organizzazione, loro lo sapranno e tu potrai comunicarlo a loro

ancora e ancora e ancora... capisci la potenza? È qualcosa di ENORME, che ha un valore inestimabile, è qualcosa che non ha prezzo, e tu poi comprenderai che ogni volta che lanciamo una qualsiasi promo hai delle adesioni pazzesche...ma questo va costruito e per fare questo paghi il prezzo della costruzione delle fondamenta del tuo business.

Io sono solita dare sempre un determinato esempio ai miei Imprenditori: **lo sai perché la lista è importante?** Se tu hai 1000 iscritti sul database, quando lanci una promo, minimo, minimo 200 la vedranno, e per la legge di Pareto, il 20% di questi acquisteranno...

Ma se tu sul tuo Database hai "0" il 20% di "0" è "0" ecco vorrei che tu rileggesti questo passaggio, il 20% di "0" è "0", e....quindi...se non hai costruito nulla, non puoi pretendere di avere nulla...ecco la differenza.

E anche nei periodi più brutti del lockdown, le aziende che avevano costruito prima, non hanno sofferto come quelle che non avevano nulla a chi rivolgersi. Perché?

Perché sono riuscite a comunicare con i loro clienti, sono riuscite a creare Marketing ugualmente, perché il congegno era stato creato, e hanno venduto ugualmente consegnando a casa, oppure attraverso l'eCommerce...ma anche questo è un discorso veramente interessante che potrebbe impegnare un Report intero solo a sé...perché è quello che è il congegno, che io chiamo "Il Congegno della Salvezza", Emergere dalle macerie con un sistema consegnato...

Ok, ora sfatiamo un mito: ci sono 2 tipi di Marketing: il Marketing online, nel quale tu insegni alle persone a guadagnare da casa facendo marketing online, ed è diverso perché si rivolge a persone che insegnano o che operano solo per aziende che lavorano online, oppure che insegnano ad operatori che apprendono come fare Marketing a loro volta...e questo è il Marketing della teoria, il tipo di Marketing che io chiamo "speriamo che"... Molte volte è ben consegnato, perché io ho appreso molto dai Marketer Italiani e americani e ho potuto cambiare la mia mentalità grazie loro...ed ho appreso molto sul dove saper mettere le mani sui siti e piattaforme...

Ma questa branchia del Marketing non va bene per tutte le aziende! Mi spiego meglio: non va a toccare l'esperienza diretta del mondo BtoC fisico... o BtoB di aziende che hanno bisogno di assistenza per vendere fisicamente nel locale, ma resta nel virtuale, che tu puoi far sognare le persone e far fare loro qualcosa, tanto per farle iniziare.

Questo è grandioso, davvero, ma per sentito dire e per teoria, non puoi realizzare nulla. Quando gli Imprenditori inesperti mettono mano su una piattaforma fanno dei disastri madornali...credimi, io arrivo il più delle volte che devo mettere mano a questi siti che sono a brandelli, un disastro, mezzi rotti, datati e con nulla di quello che si potrebbe dire sito adatto per fare Marketing...comunque, non c'è problema, dopo il restyling si può cominciare a vedere qualcosa...

Poi, c'è un 2° grande pezzo di Marketing che viene snobbato da tantissimi perché è molto impegnativo: il Marketing nel quale tu prendi un'azienda che opera in BtoC (Business to Customer) fisicamente e la porti da "0" ad avere risultati... (molte volte partono da sottozero).

Questa è la parte che più mi piace...anzi la adoro, perché essere a contatto ogni giorno con aziende produttive italiane è qualcosa di grande, che tanta parte dei Marketer questo non fa.

Per me è un Dono, un grande dono, un grande regalo avere ogni giorno parte attiva con le aziende e aiutarle a crescere.

Perché? Perché "c'è da farsi il fondo" ascoltare i problemi della gente, "rieducare" l'imprenditore, o il commerciante che disgraziatamente dirige un'azienda e (che, in buona fede) non ha delle regole, perché nessuno gliene ha mai insegnate.

La maggior parte delle regole di un'azienda non le impari a scuola, ma attraverso la vita di ogni giorno a contatto con ciascun Imprenditore.

La scuola sforna laureati dipendenti e dirigenti che non amano rischiare, ma fanno un lavoro, vogliono un lavoro a stipendio, ma non vogliono assumersi il rischio che si assume l'Imprenditore e per questo

non possono capire quanto sia difficile congegnare la produzione di ricchezza con gli eventi che accadono!

Ma l'azienda viaggia se alle spalle c'è qualcuno che mette il rischio di impresa e lo so che la responsabilità è Grande.

Ecco dove il sistema di questa economia ha fallito.

Ecco perché io mi concentro ogni giorno con gli imprenditori per creare sistemi per far funzionare le loro aziende. Un Imprenditore è una GRANDE MENTE, è colui che rischia ogni giorno per portare ricchezza alla sua azienda, e che dà stabilità e stipendi alle famiglie.

Amo il mio lavoro e ti posso dire che ho imparato più in questi ultimi 15 anni che il resto della mia vita nel pezzo "precedente"; strano eh?

Questa è la parte migliore del mio lavoro, apprendere le situazioni umilmente ogni settimana, ogni giorno e trovare soluzioni per loro e con loro. Vedere la tenacia con la quale loro affrontano il loro sogno, passando attraverso 1000 difficoltà, è emozionante.

A volte trovo davvero delle Stupende persone con le quali condivido tanto per aiutarle a crescere. Trovare grandi idee per ottenere grandi risultati, per poi ricapitalizzare il valore delle situazioni per aiutare altri nelle loro difficoltà... questo è Grandioso.

Non lo puoi sapere finché non lo fai...è una sensazione fantastica.

E ora passiamo ad un'altra domanda importantissima che è praticamente di rito quando inizio una collaborazione con un imprenditore...e ti consiglio di leggere questo capitolo che segue perché è di basilare importanza...

5 – Ma il sito mi serve?

È già da qualche tempo che vedo girare una pubblicità social di un'azienda che dice di non fare il sito e di non fare tante altre cose che servono, peccato che loro, quelli che pubblicizzano questa “illusione”, abbiano il sito, e che facciano tutto quello che dicono di non fare...che bufala, c'è qualcosa che non va in questo, non credi?

In ogni caso tantissime persone cadono dentro a queste illusioni, e poi prendono la solita cantonata... anche da altri...che promettono mari e monti senza avere i numeri alla mano.

Così, stando alla loro teoria, nemmeno gli eCommerce che sono in crescita esponenziale avrebbero senso allora... pura follia! Passiamo oltre...

***Perché il sito serve?

Vediamo diversi aspetti...Il sito non è una brutta vetrina nella quale tu reclamizzi te stesso solo per visualizzazione, statico che metti lì e non lo tocchi più per anni e anni, come fanno tanti, no, il tuo sito è qualcosa di interattivo che aiuta le persone a vedere meglio il tuo servizio, e soprattutto chi sei e cosa proponi.

Il tuo sito è quello che agganciato ai social tu porterà clienti e lavoro per il servizio che fai, o i prodotti che vendi e che potrebbe portarti **tante recensioni** da cambiare la tua storia...le recensioni...ci sarebbe da parlare 2 ore di questo bellissimo argomento...

Vorrei sottolineare comunque questo: Quanto sono importanti?

Perché tu forse non lo sai: qualsiasi persona prima di acquistare guarda se tu hai recensioni belle o brutte e la decisione viene presa nel

giro di pochi minuti, anzi a volte secondi, acquisto sì, acquisto no... e questo te lo può dare solo il lavoro costante fatto tra sito, social e Google My Business...un capitolo che grande parte delle aziende non sa nemmeno che esiste...la Geolocalizzazione, la Local Search... un pianeta che resta a tantissimi ancora sconosciuto.

Tutte queste cose sono importantissime e creano un Brand forte.

Ok, torniamo a noi: qual è il tipo di sito che devi avere? Perché io da 15 anni vedo sempre la stessa storia: 3 o 4 pagine di sito buttate là con delle belle foto e poi nulla, a volte c'è solo una grande home page e nulla più, a volte il collegamento non è nemmeno giusto, tra i social e quello che chiamano sito...il classico sito con "Home page, contattaci, privacy e cookie policy" A volte non c'è neppure la privacy policy, non sapendo in quali rischi si corre dopo la legge del 2018 nella quale il Garante è stato chiaro sulla accettazione o meno dei tracciamenti...comunque qui tanti in buona fede non lo sanno e continuano ad avere siti "out low".

Quindi cosa deve contenere un sito ben fatto?

Deve contenere tante informazioni di chi sei, soprattutto, perché le persone devono sapere a chi daranno i loro soldi, per prima cosa, e poi scrivere un po' della storia dell'azienda, come sei nato, perché fai questo, perché la tua passione è nata attraverso gli anni, cosa sei diventato, cosa hai coltivato, in modo che le persone vedano che tu hai una conoscenza di quello che fai, in quello che vendi, in quello che promuovi...e soprattutto metti una tua foto. Ah, questo è il dilemma, e mi dicono:

"La mia foto? No, no. Neanche per idea..." Non comprendono che è davvero importante questo, e la prima cosa che mi sento di dirti è questa: non avere paura di mostrarti perché, se hai paura di te stesso, significa che non sei convinto di quello che fai.

Tanti ridono di altri perché hanno messo la foto che non è al top.

Io apprezzo di più quelli che hanno il coraggio di mettersi realmente come sono piuttosto che un sito fantasma, che non so chi ci sia dietro. Ricorda che la prima cosa che le persone si chiedono quando

atterrano su un sito è questa: "A chi do i miei soldi?" Chi c'è dietro tutto questo?" Ricordalo sempre...

Poi al contrario di chi è troppo umile da non mettere né foto, ne storia e poco di sé, invece, vedo siti che mettono una riga di "Premi Ricevuti". Anche qui ci vuole equilibrio, perché le persone sono alla ricerca del servizio che potete offrire, e a loro, a freddo, i vostri premi non interessano minimamente.

Le persone sono in cerca di "Chi le può aiutare" non dei premi ricevuti! Pensa bene quando tu cerchi qualcosa...cerchi il problema da risolvere, e non ti interessa sapere se quello che lo ha risolto avrà la medaglia, giusto 😊

L'altra cosa che vedo fare spesso è sbagliare la piattaforma: ci sono tanti tipi di Cms, ma se tu ne scegli uno complicato sarai sempre costretto a gestire in modo complicato tutto quanto. Io trovo che WordPress sia il migliore in assoluto, senza nulla togliere agli altri ottimi Crm, e tu lo puoi far gestire egregiamente e per le sue caratteristiche tecniche perché un tipo di Cms che è completo, indicizzabile al 100%...

Perché? Per la semplice ragione di non complicarsi la vita! Questa dovrebbe essere una delle priorità per avere velocemente successo. La cosa che io ribadisco sempre è questa: "Sempre snellire, cercare soluzioni più veloci, si ponderate, ma che siano più veloci per non perdere tempo dopo".

Non optare per soluzioni che ti fanno perdere solo tempo, che buttano in là decisioni, che ti fanno aspettare per farti crescere... cerca soluzioni nelle quali tu non rallenti, ma corri veloce per avere successo. Con più rallenti, con meno soldi incassi e....bada bene che non sto dicendo di risparmiare denaro, non sto per nulla dicendo questo, ma soluzioni che potrebbero farti fare una fortuna dopo.

Un bravo tecnico non ti consiglierebbe mai di fare un sito su una piattaforma che non è user friendly, nella quale tu dopo fai fatica a fare tutto...ma ti direbbe di prendere una piattaforma dove tu puoi lavorare

molto, associare parecchio, metterci anche un domani un eCommerce, e senza paura editare tutte le volte che vorrai articoli, aggiornamenti... Marketing per collaborare con la tua agenzia di Marketing...che strana cosa eh?

Eppure, trovo situazioni a volte molto contorte nelle quali i webmaster creano dei veri e propri sgorbi antiquati, che non si usano più da anni, dove il cliente per fare Marketing deve spendere di nuovo, per creare una piattaforma adatta...comunque amen, pazienza...ci sarà tanto lavoro da rifare dopo... 🙄 Al nostro paese dicono "cent Co, cent Crap" il che significa: "Cento teste, cento modi diversi di pensare".

A volte sono anche contenta di questo perché puoi vedere l'inefficacia di quello che ancora le scuole non insegnano...dovrebbero aprire una facoltà di Marketing puro, e non insegnare alle persone solo il Marketing x visualizzazione o solo il Social Media Manager....forse, saremmo su un altro pianeta.

6- Come sfruttare il Marketing per avere risultati e portare in alto la tua azienda?

Questo è il punto cruciale nel quale cercherò di riassumere gli steps di quello che io faccio ogni azienda a grandi linee. Il processo non è per tutte le aziende uguali, perché ognuno ha difficoltà e tipologie di mercato differenti, quindi va gestito in modo differente, ma ci sono dei comuni denominatori che ora ti dirò, così puoi avere una idea di quello che potresti fare.

Quando un'azienda inizia a fare Marketing sono tante le cose da esaminare, ma la prima cosa che salta all'occhio, è la non preparazione al concetto che andare sul mercato è investire un budget mensile, "costantemente" è d'OBBLIGO, come ho detto in precedenza e non mi stancherò di ripetere.

E poi, ...questa sarà la chiave di PROSSIMA IMPORTANZA: **"la costanza"**...tanti mi dicono: in 3 o 4 mesi sarò ok? Ah, 😊 che ridere... Come se fosse così che funziona il mercato... "creare un impianto di Marketing è solo l'inizio della tua indipendenza, farlo funzionare e continuare sarà il tuo successo".

Sarebbe come dire: "Ho mangiato oggi, sono ok per il resto della vita?" Non credo proprio... Tu credi che le aziende grandi che vedi in Tv ora siano diventate grandi da oggi a domani?

Tu credi che le aziende che fanno Pubblicità in Tv la facciano per una volta soltanto? La fanno SEMPRE!!!

Mi piace sempre citare Giovanni Rana, il re dei tortellini. Mi piace davvero questo Imprenditore, perché lui ha sempre messo la faccia in tutto, in prima persona. E anche ora nell'ultimo spot televisivo, è apparso col suo sorriso! E l'azienda è costante in tutto! Quanto tu nomini i

tortellini la prima cosa che ti salta in mente sono i suoi. Come quando tu cerchi una bibita, la prima cosa che cercano i ragazzi è la Coca Cola...capisci quanto sia importante?

Portare il tuo nome o Brand sul mercato cambia la vita...non puoi costruire tutto in pochi mesi, non puoi costruire la tua casa in pochi giorni, ma ci vuole il tempo per creare solide fondamenta!

Quindi, ora, io ti dirò solo gli step generali, poi tu considera che ci sono tante altre cose che qui non cito perché la tua tipologia di azienda, potrebbe essere diversa da altre. Ogni azienda ha un Marketing a sé, perché la tipologia mercato lo richiede.

Ad esempio: un parrucchiere potrebbe avere necessità diverse da una azienda che vende porte e finestre...e quindi il tipo di Marketing è differente, 2 modi diversi di percepire l'offerta, 2 modi diversi di mostrarsi sul mercato perché le necessità del pubblico cambiano e quindi **dobbiamo creare qualcosa che possa destare interesse in ciascuno dei 2.**

Ed ecco il punto al quale voglio arrivare: l'interesse... **non basta destare interesse**, ma noi dobbiamo portare a casa i contatti che ci faranno realizzare le vendite. L'Obiettivo è sempre lo stesso!!!

Tanti mi dicono: "questo post che ho fatto ha destato moltissimo interesse... ma non ha acquistato nessuno...e te lo credo, perché il sistema per farli acquistare non è quello giusto.

Non puoi pensare che solo con l'interesse le persone acquistino, devi far fare loro lo step successivo, e qui sta il Segreto di settare un Marketing che funziona e che faccia salire la tua azienda allo step successivo e non solo restare allo scalino del piano terra, per visualizzazione ma x vendite e conversioni.

Saranno i contatti giusti e targettizzati, a creare x te un impero! Come dicevo prima, il discorso della lista. Saranno quelli a fare il tuo successo o a decretare il tuo fallimento. Se tu non potrai avere i contatti giusti, potrai restare lì ad aspettare, spolverare il tuo ufficio, creare tutti i

post che vorrai, e a metterlo lì in modo bellissimo, ma te lo guarderai solo te, e dopo un po' andrai in sofferenza, e in difficoltà enormi.

Per avere questo una volta si usavano i bigliettini da visita e si lavorava tutto di telefonate...ora non più, o per lo meno non puoi fare chiamate a freddo verso persone disinteressate, ma devi scoprire da chi lascia il contatto chi e quanto è il grado di interesse in quello che vendi.

Ci sono sistemi testati che noi usiamo ogni giorno per i nostri imprenditori è che portano contatti e target interessati per quello che tu vendi. E questo è Grandioso!! È, ascolta bene..."sarà la tua ricchezza".

Quindi ecco gli step che io in via generale faccio, e prendi per buono che questo è solo il 40- 50% del lavoro che io faccio, e poi tutta la costruzione sta nel back office, capire cosa settare e per ogniuno diversamente, in modo che dia la massima efficacia.:

1- Creare una piattaforma su un CMS user friendly, come WordPress ben settata non x vetrina ma x Marketing interattivo. (Il formato è totalmente differente, come spiegato prima...)

2- Aprire la tua pagina Facebook e Instagram e collegarle tutte 2 al sito.

3- Creare un account pubblicitario x la tua azienda e settarlo correttamente con tutte le modifiche attuali della iOS, altrimenti chi ha Apple non vedrà i tuoi annunci (Ricorda che dopo le modifiche della iOS14 gli utenti che hanno Apple possono scegliere, e se non setterai bene questo passaggio, tu lavori a metà)

4- Creare info mensili e bimestrali su cosa vendi, settando promo collegate a moduli di contatto.

5- Collegare il tutto con i tracciamenti giusti e corretti e investire il minimo che puoi di partenza per poi avere l'idea di Aumentare man mano che vediamo i risultati giusti, come abbiamo già detto prima.

6- Importare i contatti su un Autoresponder professionale e iniziare a comunicare costantemente con loro...ecco un passo che alle scuole non

insegnano mai...lo dimenticano, (dimenticare la parte del successo, che errore madornale!) ecco, per così dire non danno a questo step la minima importanza, ma è quello che fa tutta la differenza... (sto parlando del BtoC ma anche nel BtoB è in percorso fondamentale) e questa è il punto critico che non viene mai fatto di Basilare Importanza ✔ .

Perché? Perché è barbosio... ma anche mangiare bene per sentirsi in forma è barbosio, col risultato di stare bene in ottima salute, oppure essere clienti costantemente dell'ospedale...ecco le differenze!

7- Poi, Creare post adatti sulle pagine social...no stress "compra compra" perché così facendo tu avvicinerai il tuo futuro cliente, e non lo allontanerai.

“It’s all?”, come direbbe qualcuno... No, non è tutto, perché in ogni step c’è tutta la parte tecnica che va fatta sapendo dove mettere le mani, ma già da qui tu puoi capire che sono tante le cose che vanno fatte e che viaggiano attorno alla parola “Marketing”. Cominciare a fare qualcosa di queste ti porterà già su un altro pianeta!

Ci sarà sempre tanto lavoro in futuro in questo settore per dare la possibilità alle aziende di crescere.

In questi ultimi anni è nata una Nuova Grande Categoria: il "Social Media Manager," che fa un grande lavoro e affianca quelli come me che costruiscono il congegno del Marketing. Un lavoro gratificante e molto intenso, fatto di particolari sulla presentazione.

Diciamo che per un’azienda i 2 tipi di Attività dovrebbero viaggiare a braccetto, nel senso che, se tu pubblichi già costantemente 3 volte alla settimana, sei a buon punto, ma non è tutto, questa è solo una parte del tuo successo.

Apprezzo molto il loro lavoro costante che i Social Media Manager fanno, anche se io preferisco la sostanza...perché senza il pezzo mancante

tu non puoi correre velocemente, non vendi, e resti bloccato, e se non vendi non incassi e non porti equilibrio all'azienda...

Non fraintendermi, io ho colleghi che fanno questo, e ti dirò che sono davvero bravi, ma io raccolgo costantemente aziende che hanno optato in precedenza il Marketing creato da Social media Manager, ma non vendevano quasi nulla, zero o poco più di risultati, tu puoi farlo per aumentare le tue visualizzazioni, ma se non hai un impianto che porta contatti veri e numeri su carta reali, incassi reali, allora stai perdendo tempo e soldi.

Costruire un impianto di Marketing congegnato per la ricezione contatti, ti farà apprezzare anche il lavoro dei social e allora e solo allora il cerchio si completa a 360°.

Non puoi pretendere che le persone acquistino solo perché ti vedono, o perché tu fai delle foto bellissime, la strada è molto lunga in quel senso e potresti chiudere l'azienda, come ho spiegato già prima...

E ora leggi gli ultimi capitoli perché potrai organizzare il tuo lavoro molto, molto meglio...

7- Cos'è il Marketing Interattivo?

In Wikipedia la parola interazione è stata analizzata così: la riporto tale e quale perché hai un'idea di come possa essere compresa.

Per **interazione sociale** si intende una relazione di tipo cooperativo o competitivo svolta da due o più attori detti soggetti agenti, che orientano le loro azioni in riferimento ed in reazione al comportamento di altri attori. Queste relazioni sono caratterizzate da una certa **durata**, **intensità** e **ripetitività** nel tempo.....

Quindi, “interazione”, significa creare un **momentum** affinché colui che viene coinvolto compia un'azione. Ma quale tipo di azione?

*Facciamo un passo indietro di qualche anno, perché questa cosa mi aveva lasciato di stucco, e fu lì che compresi quanto era potente questa cosa...

"Se non hai un'offerta, non potrai competere sul mercato"... la prima volta che sentii questa frase fu 14 anni fa o forse più e mi diede la sveglia come una scossa...Ma cosa sta dicendo questo? io non afferravo l'idea...cosa significa avere un'offerta?

Cosa significa creare un'offerta per andare sul mercato? E soprattutto, Quale tipo di offerta dovrei creare per portare gente e lavoro, clienti e denaro alla mia azienda? Questo era il rebus che io mi ponevo in quel momento sapendo che non avevo realmente mai considerato questa angolatura...Dan Kennedy, il Marketer che mi aprì gli occhi in questa direzione fu a dir poco il miracolo della mia svolta, assieme a Rich Shefren che aveva degli spunti incredibili per l'impresa e le regole per organizzare l'impresa. Non devi svendere la tua azienda, ma avere una sola offerta particolare a un preciso tempo, in un determinato momento che faccia compiere un'azione specifica al tuo interlocutore

😊 😲 waw! Devi poi agganciarla alla lista e Bam!

Unbelievable! e soprattutto 🤪 Bingo! E questo tassello mi mancava!

Attraverso lo studio poi dei collegamenti giusti, particolari che fanno MOLTA DIFFERENZA, e usando anche i moduli di contatto, le aziende che gestivo hanno cominciato a decollare...e ora le aziende che stanno facendo quello che dico stanno andando a gonfie vele anche dopo un anno orrendo come quello che abbiamo passato col Covid.

Non ne ho avuto la certezza in questo finché non siamo passati attraverso questo frangente: le chiusure Covid. Qui ho capito chi realmente vuole cambiare e chi non.

Ci sono state aziende che mi hanno sorpreso dalla grande volontà di cambiare. Di lì la decisione, per chi poteva, di affiancare alle loro piattaforme esistenti degli eCommerce studiati con criterio per far sì che potessero incassare ugualmente. Altri viaggiano più lentamente, ma ci arriveranno...contaci 😊 ognuno ha i suoi tempi...

Voglio chiudere questo capitolo ricordandoti che (come ho detto in precedenza) il sistema funziona se tu metti sul mercato un'offerta di cose che possono servire realmente, un'offerta che crea interesse per il tipo di articolo che è, non cose che non possano acquistare...pensaci.

8- Emergere dalle macerie con un Marketing Interattivo...

Vediamo ora perché non è vero quello che tanti ti raccontano, e invece è vero il contrario. Andiamo nel vivo, nella parte pratica della scena...

****PERCHÉ** precludi a te stesso di farcela? A Pensarci bene... questo dovrebbe essere solo l'unico scopo che dovrebbe farti agire... 😊 a farti saltare come una molla per cambiare, per fare e non restare immobile ad aspettare...

La verità è che alla maggior parte della gente non piace cambiare, non vuole cambiare, ma loro non sanno che l'unica ricetta per avere successo è guardare la tendenza del mondo, cosa sta succedendo adesso, come gira adesso il mondo.

Se tu lo guarderai con la lente di ingrandimento, se tu analizzerai quello che sta succedendo online, se tu vedi come sta comunicando la gente, se tu osservi che sempre più eCommerce stanno aprendo e vendendo, allora ti accorgerai che è tempo di cambiare.

E questo lo sto dicendo non alle attività che come me lavorano online da tempo, ma alle aziende BtoC o BtoB che aspettano il cliente fisicamente che arrivi in negozio per acquistare la tua merce oppure per avere da te un servizio.

Se tu aspetti, e aspetti, e aspetti senza fare nulla...beh, puoi star seduto in riva al mare x ore, giorni e anni aspettando che passino le balene, 😊 ma non succederà mai.

Tu, e solo tu, sei responsabile di quello che ti succede, e se non abbraccerai il cambiamento sarà dura...

Abituati a pensare che una mente aperta corre verso un'altra persona e le chiede: "Quale soluzione andrebbe meglio per te?" Se ti abitui a ragionare così troverai il coraggio ogni giorno di avere 10 soluzioni x 1 problema, e non 10 problemi per 1 soluzione... o a volte nemmeno quella, come tanti si profilano nelle giornate più ombrose!

Parlo spesso con altri Marketer miei colleghi...e loro mi dicono: "La gente sta cambiando...lentamente, ma sta cambiando"

Sì certo che sì...Per quanto riguarda una certa quantità di persone che lavorano online sì, anzi, il mondo di quelli che producono servizi online sta crescendo a dismisura, ma per una categoria di persone che ha fisicamente un'azienda a contatto con clienti no, loro stanno cambiando molto lentamente, il cambiamento è davvero una parola che quasi non riguarda questa fetta di persone...ed è ancora molto lento.

E lo sai perché? È molto lenta la rivoluzione perché hanno paura, e la paura è un freno incredibile.

Il consiglio che ti posso dare è questo: "Prima cambierai, e prima incasserai, e volerai verso la tua indipendenza!"

L'esclamazione che sento sovente è questa: "Amazon mi sta rubando i clienti". Non è Amazon a rubarteli, sei tu che non ti sei aggiornato!! Ecco la situazione, se la gente cerca un articolo e tu non glielo puoi vendere online, lo cerca dove lo trova...semplice la cosa...ecco perché ancora una volta tu non sei cambiato....

"Sì ma io, dovrei creare un eCommerce?" Ed ecco la domanda faticosa...certo che sì. Ok, l'ho fatto, ma non vende, non decolla...come posso fare per vendere? Perché il mio sito non vende? Eh, 😊 😁
Risposta n°1= perché non sponsorizzi, oppure risposta n°2= perché sponsorizzi nel modo sbagliato.

Tu non hai idea di quanti milioni di euro investa Amazon per portare traffico al suo sito...tu pensi che lui venda così, con uno scrocchio di dita? Sì, perché è questo che Pensa la gente, che lui è diventato ricco da oggi domani senza fare nulla...poveri illusi...Bezos ha avuto una visione incredibile, (come del resto Zuckerberg per Facebook) ed ha continuato ad investire in quello che domani sarebbe diventato il portale più famoso al mondo.

E allora tu, vuoi vendere online? Se Sì, ok, tu devi sponsorizzare, ma farlo nel modo giusto. Non nel modo tipo giornale del botteghino...di 50 anni fa, farlo nel modo che ti arrivino contatti, richieste, adesioni e domande intelligenti su quello che vendi, questo è il futuro.

Ho diverse aziende che stanno viaggiando davvero bene, all'interno del mio gruppo. E sai qual è la differenza? Io propongo a tutti lo stesso sistema, ovviamente le varianti per ciascuna tipologia di mercato, ma è la testa dell'imprenditore che cambia. Io sono un tipo che ama correre velocemente, ma alcuni hanno dei freni pazzeschi, e si fanno delle paturne eccezionali, che a volte neanche io con la mia grande fantasia nemmeno riesco ad immaginarmele... 😊 Dico davvero!

Questo rallenta tutto, e non aiuta chi ti sta aiutando a fare il lavoro per te, cioè io...togli i freni e vedrai che il tuo business decollerà. Un Marketing interattivo e fatto anche di collaborazione, di capire esattamente quello che si deve fare all'interno di un'azienda, ma tanti si chiudono a riccio pensando che io abbia la bacchetta magica per risolvere ogni cosa non collaborando. Quando tu cominci a fare Marketing interattivo devi per forza cambiare, di storie non ce n'è, e se non dai un giro di boa alla tua azienda, se non cambi la mentalità di abbandonare le cose vecchie e aggiungere quelle nuove per migliorare non ci saranno risultati.

Il cambiamento passa attraverso tante cose: non è solo un sito che ti farà cambiare, ma tu, devi capire tante cose, quello che succede attorno a te, come la gente percepisce questo e come si comporta il mondo della comunicazione tutta ora...

"Oh my god", direbbe qualcuno, io ho imprenditori che dopo 5 anni sono ancora fermi all'idea che per andare su Instagram vorrebbero fare "il grande botto", 🤪 😁 ma ancora non hanno fatto nulla e stanno ancora fermi lì a pensare come farlo...che PURA follia...mentre gli altri fanno, disfano, hanno fatto il sito, lo hanno modificato, hanno implementato il loro congegno e ora hanno più di 7000 iscritti e ogni volta che lanciamo qualcosa c'è un mondo di lavoro che si muove...gioiosi, e mi inviano messaggi, di quanto hanno venduto, di quante persone siano arrivate, degli incassi eccezionali che stanno facendo...capisci come cambia?

Ma tu stai ancora a pensare se devi o no fare il botto...follia pura... 🤪 😁 Non è l'economia che rallenta, ma tu, tu devi percepire cosa succede all'esterno e cambiare rotta, facendolo in modo veloce.

Ah! Guarda che Tutto quello che io ti dico di fare qui è stato testato... Non farei mai la stupidaggine di dirti cose che non so gestire. Ho una reputazione da difendere. E quindi, più velocemente tu cresci, più ti aggiorni e comprendi come va il mondo e più velocemente fai un business redditizio.

Ho imprenditori che subito, quando consiglio una cosa lo fanno, altri che sono talmente lenti che non escono mai dal loro empassé, e questo significa non uscire dai debiti.

Ti posso aiutare, ma tu ti devi fidare.
La domanda che mi piacerebbe farti ora è questa: "Davvero ami restare con problemi, debiti e notti insonni? Davvero ami questa vita?" A me quando l'hanno fatta, mi è sceso un brivido sulla schiena... ed ho pensato: meglio cambiare! Pensa a questo, perché non è una situazione fantastica...

Tantissimo danno la colpa agli altri poi della loro lentezza. Io non posso fare per te le cose che tu devi decidere e se non decidi, resti bloccato.

Questo lo so non è un Ebook comune, all'inizio ti ho detto che ti avrei raccontato delle cose uniche, ed ecco, questo è materiale su cui riflettere. Vuoi il cambiamento? Devi essere pronto ad accoglierlo!

9- Creare attraverso la rete una ottima reputazione, con l'aiuto dei Social Media...

Che argomento scottante...i Social hanno cambiato la percezione della comunicazione, la comunicazione stessa e sono il re dell'interazione. Ma come dicevo prima, fare solo questo non basta.

Ho aziende intere che lo fanno e lo facevano ancora prima che arrivassi io, e lo facevano da mesi e anni, ma nulla, come acqua fresca...Con questo non ti sto dicendo che non serve, ma voglio spiegarti il perché e cosa succede se tu non fai determinati passi dopo che, se congegnati bene ad un sistema, davvero bene, portano ad un livello strepitoso le aziende!

Ora in questo Report non analizzerò le piattaforme social 1 x 1, ma ti posso dire che, se tu hai un'azienda il fatto di postare 2 volte alla settimana, è già una cosa molto buona. Cosa vuol dire questo?

Essere costanti! La costanza è quella che cambia davvero tutto, e dà visibilità sul mercato. Le persone cominciano a capire che tu ci sei, e che sei sempre presente, ogni giorno, che hai qualcosa da dire e che soprattutto produci o vendi qualcosa, che siano prodotti o servizi, tu ci sei.

Il modo con cui lo fai determinerà la riuscita dell'interesse dei tuoi post e dell'interesse verso la tua persona o la tua azienda.

Vedo tantissimi post che inneggiano al “compra compra...”.

In realtà è quando forzi la mano delle persone che tu non ottieni nulla, e le persone si ritraggono a riccio. Allora come presentarsi attraverso dei post che tendano la mano alle persone? Cercando

amichevolmente di spiegare quello che tu proponi, spiegandone i benefici e le caratteristiche.

Mi piace vedere la differenza di post simili che leggo per stesse tipologie di mercato e ti dico che hanno un impatto sulla comunicazione delle aziende che è fantastico. Io sono sui Social per lavoro diverse ore al giorno... (a volte fino ad 8 ore al giorno)

Ed eccoti un esempio: mettiamo un venditore di detersivi Bio che vuole promuovere i suoi prodotti, ci sono diversi modi per farlo. Ti darò solo 1 esempio ma che calza a pennello.

Ecco il post n° 1: “La nostra azienda produce Detersivi Bio. Guarda tutto sul nostro shop online. Chiedici info, saremo lieti di aiutarti” fine del post. Bellissima foto, hashtag a non finire, che alle volte ne servono la metà della metà... e poi nulla più.

Ecco il post n° 2: “Lo sapevi che i detersivi inquinano? Ogni giorno una enorme quantità di sostanze nocive vengo usate che fanno davvero male alla nostra salute. La nostra azienda ha messo al primo posto la salute e il benessere delle persone per questo da quando produciamo solo detersivi Bio l’apprezzamento dei nostri clienti è cresciuto in modo esponenziale. Senza contare ai molti problemi in meno alla pelle e anche alle allergie delle persone...”

Ecco: secondo te come suonano questi due post? Potrei farti anche altri esempi per questo soggetto, ma penso che renda bene l’idea di quello che ho appena spiegato.

Se tu vuoi fare i post dei social, non devi pubblicare tutti i giorni in maniera costrittiva, ma devi pensare di metterti nei panni della persona che ti vede. **Fai di te il tuo miglior cliente!**

Pensa ai post che vedi di altri o della tua concorrenza che inneggiano all’acquisto, guardali, leggili e cerca di capire quali sono quelli che hanno ottenuto migliori commenti, visibilità e interazioni.

Attraverso quel post quanti hanno chiesto informazioni senza paura che dall'altra parte ci fosse la forzatura della vendita? Quanti hanno chiesto informazioni su come funziona? E qui non ti sto dicendo dei post che le persone si scambiano il buongiorno tutti i giorni.

Ci sono profili interi fatti di 100 e più commenti che si dicono solo buongiorno, lasciamo perdere quelli... qui si sta parlando di profili professionali dove tu presenti il tuo prodotto o servizio.

Puoi anche fare dei video, che hanno una interazione maggiore che i post, ma una volta che tu inizi questa cosa, la dovrai continuare. E qui devi avere una bella costanza, perché le persone si aspettano che tu lo faccia ogni determinato periodo.

Puoi fare anche entrambe, ma costantemente...

I social ti portano ad essere sempre più visibili con i post, le storie e i Reel, tutti canali che danno grande visibilità. Ma la domanda cloud grande che io pongo ai miei Imprenditori è questa: attraverso i social, solo postando, hai vendite costanti?

La risposta è NO! Quindi per avere vendite costanti tu dovrai affiancare un sistema di vendita che porti Leads e contatti, come ti ho spiegato precedentemente.

Ma allora a cosa servono i social? Domanda da 1 milione di \$...

I social sono un grande strumento di credibilità, e ti possono portare in alto NEL COSTRUIRE LA NOTORIETA' costruire un Brand forte, quello che la parte tecnica della vendita non fa. "Diamo a Cesare quel che è di Cesare" 😊 diceva un antico detto, ed è così. Quindi, se sei ligio a pubblicare sempre, 3 volte alla settimana, oppure lo fa per te un'agenzia, non disperare, sei sulla strada giusta. Quello che ti manca è solo il tuo 50% di sistema di vendita, che va a braccetto con i Social, e che sarà determinante per il tuo Successo.

10- Conclusione...

Grazie per essere arrivato fin qui, se lo hai letto tutto significa che vuoi qualcosa di meglio per te, per la tua famiglia 🧑🧑 e per il resto della tua vita, la vuoi migliore quello che hai avuto finora.

Voglio chiudere questo Report con una Considerazione Importante: “ci vuole tempo a costruire un’azienda”, non pensare che da oggi a domani tu abbia incassi, proposte o richieste alle stelle. Ci vuole tempo a creare una grande reputazione sul mercato. La cosa che tu devi capire è che tutto questo è un viaggio, come quando costruisci le fondamenta di una casa, la costruzione inizia, l’avventura inizia e ci tieni a farla bene perché, se la tua casa non sarà solida alle prime intemperie potrà cadere.

Così è la tua azienda, attività o progetto: fa che siano costruiti su solide fondamenta, affinché possa durare, crescere e avere successo!

Grazie ancora per aver scelto di leggere questo Report e se hai bisogno di aiuto sai dove trovarmi, amichevolmente e senza nessun obbligo.

Inviarmi una mail oppure un messaggio attraverso i social e sarò felicissima di aiutarti.

La mail che uso spessissimo è questa:
successoperte[chiocciola]mail.com

Buon lavoro e un abbraccio virtuale, Claudia De Mori.

Chi Sono, brevemente...



Il mio nome è Claudia De Mori, dal 2009 mi occupo di Studio sul Marketing delle Piccole Aziende, dapprima il mio settore, la Ristorazione in seguito per Piccole e Medie Imprese anche di diverse altre tipologie.

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 nei prossimi 10 anni, dovrai cambiare la tua Comunicazione e aggiornarti.

Buon Lavoro.