



Marketing linee guida

Come superare la crisi economica ed aumentare il fatturato

Il Marketing è alla base di qualsiasi attività commerciale e professionale, utilizzarlo nel modo giusto significa avere maggiori possibilità di successo e di crescita.

Perché sono importanti Marketing e clienti - 2 | Marketing linee guida (Parte 5)



Riprendiamo oggi l'argomento riguardo il Marketing e clienti iniziato nell'articolo precedente.

I grandi esperti di Marketing ci insegnano che non sono le aziende che fanno un favore servendo i clienti, ma bensì sono i clienti che fanno un favore alle aziende e quest'ultime dipendono dai primi, o almeno dovrebbero dipendervi.

I clienti però non sono rappresentati soltanto dal pubblico che acquista, bensì sono rappresentati anche dai propri dipendenti, o nel caso di un libero professionista dai propri collaboratori, siano pure occasionali.

Conquistare la fiducia di dipendenti e collaboratori, incentivarli per lavorare in squadra lodando il loro sforzo, ringraziandoli per gli obiettivi raggiunti o per la conquista di un cliente, significa rafforzare la propria impresa iniziando dalle fondamenta.

Un cliente che trova una squadra ben compatta, affiatata ed organizzata, si troverà fin da subito a proprio agio e l'azienda darà un'ottima immagine di sé e dei propri collaboratori.

Accogliamo i clienti con il sorriso e con gentilezza, facciamogli capire che è arrivato nel posto giusto e che nessuno intende mettergli le mani in tasca, ma si desidera invece ascoltare le sue richieste per soddisfarle nel miglior modo possibile.

Il lavoro è sacrificio, questo è fuori dubbio, ma affrontare la giornata con un po' di sorriso aiuta sia noi che le persone che abbiamo accanto e aiuta anche i clienti che hanno sempre bisogno di un sostegno per l'acquisto di beni e servizi e hanno bisogno di una consulenza da parte di persone preparate e ben disposte verso di loro.

Una regola aurea del Marketing è di pensare di servire ogni cliente così come vorremmo che i fornitori servissero noi, naturalmente la stessa cosa vale per i dipendenti e per i collaboratori.

Spesso anche soltanto un elogio spontaneo è gratificante per chi lo riceve, ma anche per chi lo propone.

Le aziende dovrebbero prefiggersi lo scopo di fare dei propri clienti persone di successo, in special modo quando si tratta di fare consulenza o di prestare servizi che saranno poi utili o rivendibili dai nostri committenti, pensiamo quanto ci piacerebbe se gli altri facessero la stessa cosa con noi.

E' necessario sforzarsi di capire quali sono le necessità dei clienti e cercare non solo di soddisfarle, ma se possibile di anticiparle.

Una buona idea potrebbe essere quella di creare dei questionari (assolutamente anonimi) dove i clienti possano esprimere i loro giudizi sulle prestazioni di cui sono stati oggetto, sui beni acquistati, sulla qualità, sul servizio e altro ancora.

Questi dati saranno fondamentali per le imprese per poter capire meglio il loro pubblico di riferimento e potranno migliorare i propri servizi fidelizzando sempre più i clienti e acquisendone di nuovi grazie anche al passaparola: un cliente soddisfatto ne porta sempre altri prima o poi.

Conquistare la mente e il cuore del pubblico, questo dovrebbero fare le aziende, così come fanno attori e cantanti.



Un pubblico conquistato in questo modo, oltre a sentirsi gratificato, non abbandonerà mai l'azienda che lo tratta con i guanti bianchi, così come chi ha acquistato una Harley Davidson non cambierà mai con un'altra casa produttrice. E' questo il primo indice che ci fa capire se stiamo facendo un buon lavoro o meno, non lo vediamo dal bilancio d'impresa.

E' necessario anche avere una buona conoscenza del nostro pubblico, in quanto ci permette di fare i passi giusti nei vari momenti della vita, specialmente in periodi come quello che stiamo vivendo, ovvero di crisi economica. Una base di dati la possiamo avere dunque proprio dal questionario di cui abbiamo parlato poco fa, un mezzo assai importante che non va assolutamente sottovalutato e che può dare risultati impensabili.

Dobbiamo comunque fare una suddivisione dei clienti: quelli che ci fanno lavorare e quelli invece che ci fanno perdere del tempo inutilmente.

Se è vero che un cliente esigente, meticoloso e eccessivamente preciso ci può irritare, è vero anche che se riusciamo a soddisfare le sue richieste riusciremo ancor meglio a soddisfare le richieste del resto del pubblico.

E' altrettanto vero però che un cliente esigente che vuol trattare eccessivamente sul prezzo, che vorrebbe portarci a svenderci e che ci porta a perdere più tempo di quanto non possiamo quantificare economicamente, bé questo genere di cliente non può avere il medesimo trattamento della tipologia descritta prima, pertanto le imprese dovrebbero valutare se effettivamente possa valere la pena di mantenerlo oppure di passare oltre.

Per finire, teniamo sempre presenti le eventuali lamentele dei clienti, sono pur sempre un feedback importante che in molti casi ci potrà servire per migliorare noi stessi ed il nostro lavoro.

P.s.

Puoi seguire questa guida gratuita sul blog www.simonattivalerio.com sezione Marketing, ogni settimana un nuovo argomento.



Studio **DESIGN GRAFICO**

Grafica e Web Design

Studio Design Grafico di Valerio Simonatti - Via Dante 63 - 56025 Pontedera (Pi) - P. IVA 01797010509

Tel. 0587-933142 - Cell. 338-4725053

Sito: www.designgrafico.altervista.org - Blog: www.simonattivalerio.com

E-mail: info@simonattivalerio.com - Servizi foto e video: www.servizifotovideo.com



Studio DESIGN GRAFICO

Grafica e Web Design

Studio Design Grafico di Valerio Simonatti - Via Dante 63 - 56025 Pontedera (Pi) - P. IVA 01797010509

Tel. 0587-933142 - Cell. 338-4725053

Sito: www.designgrafico.altervista.org - Blog: www.simonattivalerio.com

E-mail: info@simonattivalerio.com - Servizi foto e video: www.servizifotovideo.com