



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 i dipendenti sono importanti? | Marketing linee guida (Parte 15)

In questa nuova puntata riguardante il Marketing, parleremo dei dipendenti, ovvero la struttura portante di qualsiasi impresa.

I buoni dipendenti possono determinare il successo dell'impresa, così come quelli cattivi possono determinarne il fallimento.

Questo concetto si applica in modo particolare alle imprese di servizi, per le quali i dipendenti sono l'interfaccia fra il cliente e l'azienda stessa.

Per poter stare a contatto con il pubblico, è necessario essere ben disposti, si tratta comunque di una sorta di dono: o si ha, o non si ha, nel qual caso è meglio fare qualcos'altro o impiegare i dipendenti in altre attività che non siano a contatto con il pubblico.

Esperienza personale di mia moglie: doveva acquistare il vestito per il nostro Matrimonio, si reca in un noto negozio vicino alla nostra città, la commessa le va incontro e inizia a farle vedere quanto era disponibile in negozio.

Non troppo cordiale fin dall'inizio, continua ad essere scocciata della presenza della cliente (mia moglie), come se fosse andata per far perdere tempo, cosa che invece non era assolutamente così, dato il negozio rinomato era ben intenzionata all'acquisto.

Dopo qualche minuto abbondante che la cosa continua in questo modo, quindi commessa per niente cordiale, anzi piuttosto seccata dell'unica cliente in negozio, mia moglie con sua madre, decidono di prendere la salomonica decisione di uscire e non acquistare il vestito.

Il negozio in questione, non naviga in buone acque, quindi posso immaginare anche il motivo, o quantomeno uno dei motivi validi...

La commessa sicuramente non era adatta a stare in un negozio simile e forse neanche in altri, potrebbe invece essere maggiormente produttiva in altre mansioni.

Questo per portare un esempio pratico che ben calza con la realtà di varie imprese: controllare il personale ed il comportamento con i clienti, anche attraverso feedback e premiare quelli che portano in buona luce l'azienda, questo è quanto dovrebbe essere fatto.

Se il cliente non viene seguito nel modo giusto, se non è servito bene, l'unica cosa che farà è andarsene altrove perché sa benissimo che trova comunque altri negozi o servizi dello stesso genere e anche se deve spendere qualcosa in più, sarà ben lieto di farlo, a fronte di un servizio migliore.

Dobbiamo ricordarci sempre e ricordare ai clienti ai quali facciamo consulenza, che i loro primi clienti sono proprio i dipendenti: tutto parte da loro.

Anche Walt Disney era dello stesso parere!

Dobbiamo comunque considerare anche il fatto che un dipendente sottopagato, non potrà certo rendere al 100%.

Risparmiare sulle paghe ai dipendenti, non porta buoni profitti, al contrario premiare coloro che si distinguono, equivale a fare un'ottimo investimento sia nel breve che nel medio/lungo termine.



E' anche vero però che non è facile trovare delle persone capaci di svolgere bene il loro lavoro e che puntino ad una buona carriera, spesso accade invece che si accontentiano di fare qualcosa, di portare a casa i soldi che servono per “tirare avanti”, ma in questo caso non sono le persone più adatte ad essere impiegate in un'impresa.

Anche in questo caso, come per i clienti, potremmo parlare di target, il target giusto dei dipendenti.

L'aspetto economico quindi non è il solo fattore che deve essere considerato, bensì le imprese dovrebbero pensare che i dipendenti sono persone e se vengono trattati come tali, possono rendere di più, anche senza bisogno di stimoli.

Ho sempre in mente un imprenditore torinese di qualche tempo fa, che in una intervista in TV parlava proprio di questo aspetto, ossia che la sua impresa sembrava più di impronta a conduzione familiare piuttosto che la classica azienda dove c'è la divisione fra dirigenti e personale.

Il suo metodo infatti ha portato la propria azienda ad essere leader nel suo settore, con dipendenti ben felici di farne parte perché tale successo era proprio dovuto anche a loro.

Non sono cose banali queste, sono soltanto cose ignorate o finite involontariamente nel dimenticatoio.

Riscoprire questi buoni valori, porterà l'impresa verso la differenziazione, di cui abbiamo parlato nel capitolo precedente.

Il rapporto con i dipendenti, è chiamato *marketing interno*.

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