



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.

Come usare il Marketing per il posizionamento | Marketing linee guida (Parte 3)



Oggi pensiamo alla stabilità come ad una funzione vitale dell'impresa, ma al contrario dovremmo pensare al cambiamento, cioè a quel piccolo ingrediente che permette di essere al passo con i tempi, permette di soddisfare le richieste dei clienti e in qualche caso permette addirittura di prevederle.

Un'azienda che non si rinnova, è un'azienda destinata alla chiusura, perché rimanere fermi sulla propria posizione, significa ignorare il cambiamento sociale, significa non ascoltare le richieste dei clienti che cercano la novità, cercano quel prodotto o quel servizio di cui hanno sentito parlare in TV o su altri media, **se non lo trovano da noi, lo troveranno comunque da altri.**

Mi capita molto spesso di vedere questo tipo di errore, uno dei più comuni fra l'altro e mi chiedo sempre come e perché si possa cadere in una trappola simile, pur essendo evidente la fine che si può fare.

Una luce in fondo a questo tunnel esiste sempre, ma non tutti riescono a vederla, oppure non vogliono?

Il Marketing ci permette di evitare brutte conseguenze e di passare quindi al corretto posizionamento sul mercato. Non è così difficile come si può pensare in fin dei conti, ma se le imprese scelgono questa strada, si accorgono fin da subito quali e quanti benefici riescono a trarne.

Molte aziende assai note hanno ampliato i loro orizzonti aggiungendo prodotti che prima non pensavano neanche di realizzare, prendiamo come esempio HP e Nokia che espandono i loro prodotti anche in altri segmenti di mercato: questo è il cambiamento che porta di conseguenza al posizionamento, teniamolo presente.

Amiamo il cambiamento

Le imprese devono imparare ad odiare la staticità, devono sposare il cambiamento perché ormai da tempo viviamo in un mercato in rapida e crescente evoluzione, non dimentichiamo che apparteniamo ad un mercato ormai globalizzato.

Cambiare non significa "spendere", significa al contrario "**investire**" nelle proprie risorse ancor prima che nei propri mezzi (di produzione, di sviluppo, di erogazione).

E' necessario un cambiamento di mentalità, dobbiamo aprire la mente ai nuovi orizzonti, pensare che è possibile offrire nuovi servizi o creare nuovi prodotti pur mantenendo il proprio marchio, la propria immagine, la propria identità.

Diversificare, questo è il segreto.

Se offriamo più prodotti o servizi avremo di conseguenza anche maggiori possibilità di vendita, potremo acquisire più clienti perché ci rivolgeremo ad un pubblico più vasto.

Una volta esistevano i piccoli negozi: il fruttivendolo, il macellaio, il calzolaio... oggi esistono i Supermercati, dove con un unico fornitore abbiamo tutto ciò che ci serve, anzi forse spesso abbiamo qualcosa di più... non ci insegna nulla questo?



Studio **DESIGN GRAFICO**

Grafica e Web Design

E' il classico uovo di Colombo, ovvero... bastava pensarci!

P.s.

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