



ATTIRARE



ACQUISIRE



MANTENERE

9 ATTIVITÀ DI MARKETING E COMUNICAZIONE

EROS & UGO

VUOI ESSERE ASCOLTATO?
NON LE PUOI PIÙ IGNORARE!



CLIENTI SENZA VENDERE

OGGI.

Attrarre clienti è **essenziale** per la crescita e il successo di qualsiasi attività. Tuttavia, non è facile raggiungere e **coinvolgere** i nostri clienti e richiede tempo e lavoro.

Qui hai **9 attività** di marketing e comunicazione che chiunque può (anzi dovrebbe!!!) implementare per attirare nuovi clienti e rimanere sul mercato.

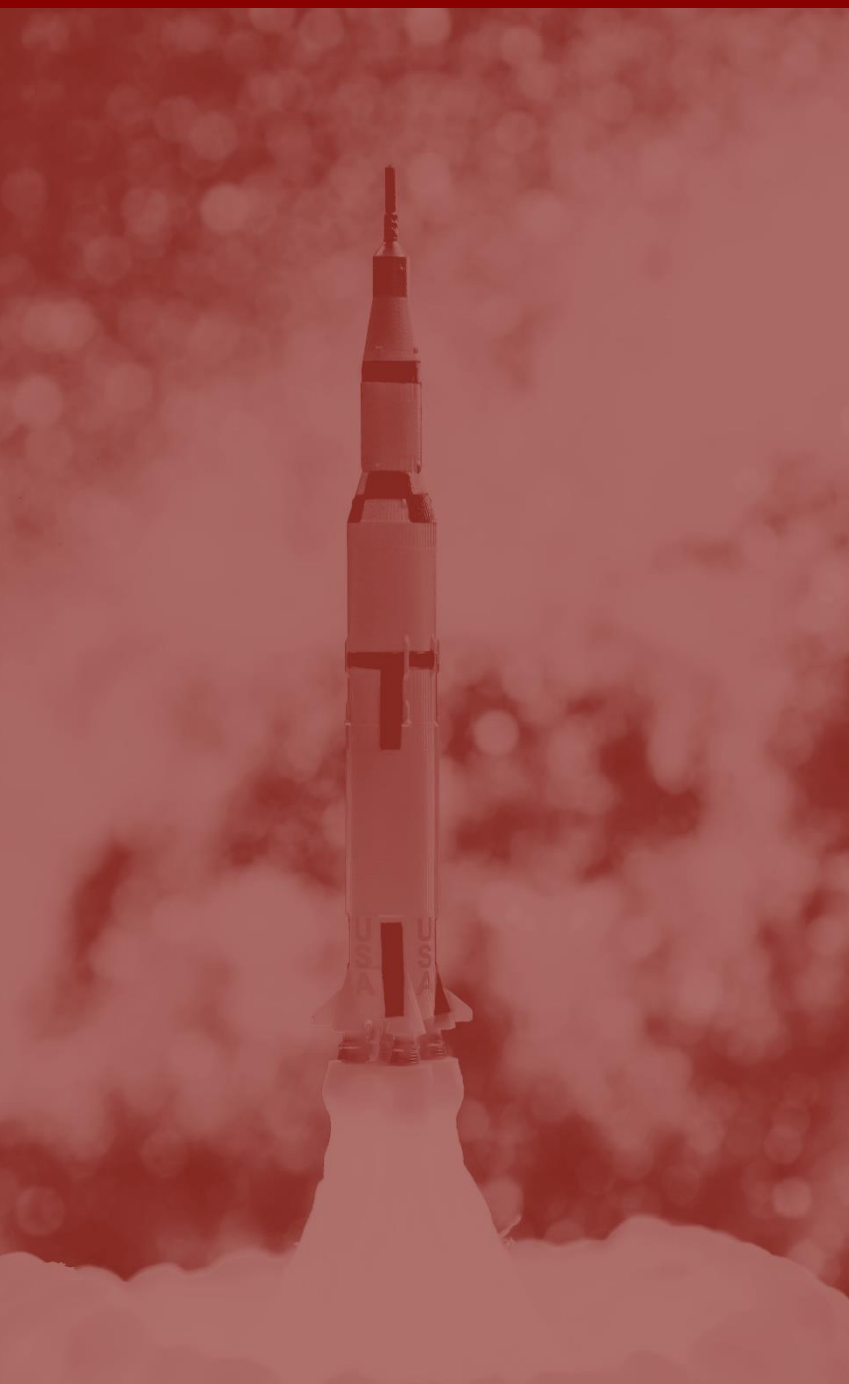
Queste attività di marketing ci servono per **distinguersi** in un mercato oggi più che affollato, mostrare la nostra **proposta** di valore, che in qualche modo deve essere unica, e creare la necessaria **fiducia** nei nostri potenziali clienti, affinché ci scelgano.

Focalizzandoci su una o più di queste **strategie**, possiamo aumentare la nostra **visibilità**, generare più contatti e, in ultima analisi, convertire più **clienti**, soprattutto quelli giusti! Ovvero coloro che non solo pagano **bene**, ma che anche ci fanno i complimenti, e ci portano altri nuovi clienti. Si comportano come degli **"sponsor"**.

PRIMA E DOPO

Le prime **4 attività** sono necessarie e **fondamentali**.

Dovremmo **partire** da queste e completarle in prima istanza; poi passare a quelle successive. Ma anche queste prime 4 continueremo rivederle, **aggiornarle**, man mano che cresciamo e che mercato cambia.



Le **5 attività** successive sono invece tra loro **complementari** o **alternative**. A seconda del nostro potere di produrre lavoro (tempo e investimenti) possiamo focalizzarci su una o più di queste. Oppure a seconda delle nostre **attitudini**, **interessi** e del **mercato** in cui operiamo.

9 ATTIVITÀ

4 FONDAMENTALI E CONTINUATIVE:

1. NICCHIA

2. BRAND

3. CONTENUTI

4. TESTIMONIANZE

5 COMPLEMENTARI O ALTERNATIVE:

5. SOCIAL

6. CARTA E WEB

7. NETWORKING

8. INTERVENTI

9. PARTNER

1. NICCHIA

L'avrai sentito 1000 volte. Ma l'hai fatto? Dobbiamo sviluppare la nostra nicchia.

I clienti **pronti** a spendere e di più, sono quelli che hanno bisogno di una esperienza **specifica** e hanno un problema o desiderio **urgente** e **definito**.

Se siamo percepiti come gli **esperti**, quelli da cui andare, in un'area o in un settore specifico, la nostra posizione è tale da permetterci di alzare i **margini** e di avere sempre clienti, in abbondanza.

La nicchia può essere già **esistente** o la possiamo **creare**, trovando un particolare angolo o intersezione tra nicchie esistenti.

La nicchia può essere qualunque cosa identifichi una particolare combinazione di **problema** - **soluzione** per clienti specifici.

Esempi di nicchia:

- Architetto per villette ecosostenibili.
- Scooter elettrici.
- Avvocato divorzista per padri.
- Penne artigianali di lusso.
- Occhiali per atleti.
- Ideazione e realizzazione di Macchinari per il taglio di marmi pregiati.



NO NICCHIA = NO CLIENTI

CLIENTISENZAVENDERE.IT

2. BRAND

Ormai è imprescindibile: dobbiamo costruire il nostro **brand** per distinguerti.

Non si tratta solo di logo e colori, ma di attirare tutti e solo quei clienti che si allineano con i nostri **valori, stile** di lavoro e la **nicchia** di mercato dove siamo presenti. Altrimenti sarà una battaglia all'ultimo sangue sul **prezzo**!

Perché si beve coca-cola o pepsi? Per il loro gusto diverso? Perché si sceglie una BMW o una Mercedes? Per le loro prestazioni diverse? **No!**

Perché rappresentano due **messaggi** diversi. Valori diversi. Persone diverse. Visioni diverse della vita.

Costruire il nostro marchio personale è necessario per **distinguerci** dalla concorrenza e generare un **flusso** abbondante di clienti "giusti".

Domandiamoci:

- Cosa **rappresento** nel mondo?
- Chi si **identifica** con noi?
- Quali **valori, stili** proiettiamo nel mercato?



NO BRAND = NO MARGINE

3. CONTENUTI



NO CONTENUTI = NO ATTENZIONE

Il Content Marketing è il tuo **contributo** al mercato.

Consiste nel produrre contenuti e informazioni che sono di **interesse** per i nostri **potenziali** clienti e partner. E quindi di attirare la loro attenzione.

Ci permette di affermarci come i **leader** nel nostro campo. Come "influencer", persone e attività che fanno tendenza.

Questi contenuti possono prendere la **forma** di un blog, un social post, degli articoli, dei report, dei libri, delle conferenze, delle guide, degli opuscoli,

A seconda delle **strategie** che sceglieremo di attivare, del momento e opportunità che ci si presentano, si concentreremo su mezzi di comunicazione diversi.

4. TESTIMONIANZE

Viva le testimonianze dei **clienti**. Davvero: evviva!

Raccogliere le testimonianze dei clienti, con il loro consenso a ripubblicarle, ci permette di avere quella **riprova sociale** necessaria ad acquistare la **fiducia** di altri nuovi clienti.

Le **testimonianze migliori** servono per creare quella **evidenza** "fisica" nei potenziali clienti per confermare la nostra esistenza, siamo reali, abbiamo esperienza, abbiamo una posizione e una tradizione nel mercato.

Quelle **meno buone** ci servono per sapere dove **migliorare**, come cambiare il nostro prodotto, messaggio e le aspettative dei clienti futuri. Un vecchio adagio del marketing dice: "se non puoi migliorare il prodotto, abbassa le aspettative del cliente!"

Possiamo **raccogliere** queste testimonianze in qualsiasi momento. Prima di aver venduto, durante la vendita o la consegna piuttosto che dopo.

Tutte sono **importanti** e utili.



NO TESTIMONIANZE = NO FIDUCIA

CLIENTISENZAVENDERE.IT

5. SOCIAL



NO SOCIAL = NO VISIBILITÀ

Molti potenziali clienti ci **cercheranno** sui social ancor prima di qualsiasi altro contatto!

Pochi amano la **visibilità** quanto i politici: la desiderano quanto l'ossigeno. E cosa fanno? Sono sui social! Perché sono uno strumento potente per **connettersi** con i potenziali clienti, e creare una **comunità**. Dare un senso di **appartenenza**.

Anche senza fare pubblicità, possiamo fornire informazioni al mondo per aumentare la nostra visibilità e **attirare** nuovi clienti o rimanere in **contatto** con quelli esistenti.

Rispondere a **domande**, colmare lacune, **rassicurare** o dare informazioni importanti ci fanno **apprezzare** per la nostra competenza e professionalità.

CLIENTISENZAVENDERE.IT

6. CARTA E WEB

La **presenza** sui siti web e/o cartacea non è per nulla superflua.

Possiamo produrre moltissimi **contenuti** diversi.

Articoli, libri, report, guide, opuscoli, ... sono strumenti **potenti** per attirare clienti nel Web o dal mondo off-line.

Sì, perché il cartaceo è tutt'altro che morto, ed è molto efficace soprattutto se si ha un approccio **divulgativo**.

I siti web su cui pubblicare contenuti possono essere nostri, o meglio siti molto **frequentati** di giornali, riviste specializzate, piuttosto che di associazioni o influencer.



7. NETWORKING



NO NETWORKING = NO CRESCITA

Si sa: nel networking: siamo tutti a **pochi gradi di distanza!**

Sì, perché l'amico del mio amico **conosce** 1000 dei miei potenziali clienti!

Partecipare a eventi di networking o entrare a far parte di **comunità** e associazioni ci aiuta a stabilire nuove relazioni ed entrare in contatto con nuovi potenziali clienti.

Ci può portare anche nuove opportunità e collaborazioni con attività simili e complementari alla nostra.

Il mondo è **cambiato**: i tuoi concorrenti sono i tuoi **migliori** alleati. Prima lo comprendi, prima avrai una crescita esponenziale!

CLIENTISENZAVENDERE.IT

8. INTERVENTI

Interventi ad eventi come relatore, organizzatore, ...

Partecipando come relatori ad eventi, conferenze e seminari possiamo ottenere una grande **visibilità** e ci fa percepire come **esperti** nel nostro settore.

Ci dà una grandissima **autorità** nei confronti dei nostri potenziali clienti. Pensa all'etichetta "visto in televisione" che si mette su alcuni prodotti.

Possiamo essere noi ad **organizzare** tali eventi e agire come coordinatore, moderatore,

oppure possiamo aver pubblicato dei contenuti di spicco che ci fanno **cercare** dagli operatori del settore, sempre alla ricerca di persone nuove e interessanti.

NO INTERVENTI = NO AUTORITÀ

CLIENTISENZAVENDERE.IT



9. PARTNER

NO PARTNER = NO VELOCITÀ



Parliamo di Partner e Referral marketing perché incrementano in modo esponenziale la nostra crescita. Diventiamo **veloci** nel penetrare il mercato.

Il **passaparola**, la formazione di partnership comportano la costruzione di relazioni con professionisti, imprenditori e associazioni.

Possono essere attività **simili** o nella stessa nicchia di mercato come attività **complementari**. Io faccio il pane, tu il formaggio!

Anche i nostri vecchi **clienti** possono indirizzare verso di noi nuovi potenziali clienti.

Lo fanno per **interesse** personale, scambio o per aiutare clienti e amici semplicemente perché si **fidano** di noi. Ma in genere non lo fanno da soli. Vanno **spinti** all'azione!

CONCLUSIONI

Sicuramente alcune di queste indicazioni erano già note, tuttavia ti invitiamo a fare due verifiche:

- quali di queste non applichi?
- quelle che applichi sono aggiornate?

La risposta a queste verifiche è il “piano di azione” che devi realizzare prima possibile.

Sai come crearti una tua **NICCHIA**? Il tuo **BRAND**?

Quali CONTENUTI pubblicare sul **WEB**, sul **CARTACEO** o sui **SOCIAL**?

Sai come raccogliere **TESTIMONIAL**?

Fare **NETWORKING** e generare **INTERVENTI** in eventi?

Creare **PARTNERSHIP** con colleghi, concorrenti o clienti?

Se vuoi essere **guidato** da dei **coach** mentori esperti, collegati subito a:

[ClientiSenzaVendere.it](https://www.clientisenzavendere.it)

e accedi ai percorsi di approfondimento!

EROS & UGO

[CLIENTISENZAVENDERE.IT](https://www.clientisenzavendere.it)