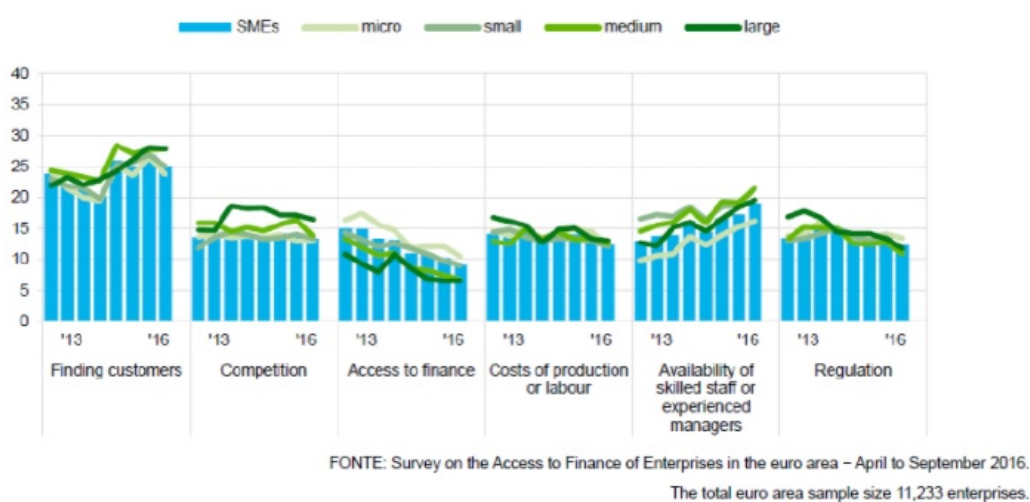


SVILUPPO MANAGERIALE

IL PRINCIPALE PROBLEMA DEGLI IMPRENDITORI? UNA SORPRESA ARRIVA DA UNO STUDIO EUROPEO

Lunedì, 10 Luglio 2017



"Il prodotto costa sempre di più. La normativa blocca. Le banche non danno contributi".

Se anche secondo voi questi sono i principali ed unici ostacoli alla competitività delle imprese, il recente sondaggio della Banca Centrale Europea vi stupirà!

Secondo lo studio svolto nel 2016, infatti, il problema prioritario delle imprese a livello europeo non si colloca nel contesto normativo o finanziario, bensì nella crescente **difficoltà di trovare clienti** (ovviamente che paghino bene, subito e sempre di più). Questo sta succedendo soprattutto in quelle imprese tradizionali che, invece, fino a pochi anni fa non avevano alcun problema a reperire nuova clientela.

QUALE IL MOTIVO?

Fino a poco tempo fa, un piano di marketing *push* portava a buoni risultati, attraverso azioni quali l'email marketing, un telemarketing mirato, la partecipazione a fiere e convegni.

Ora tutto questo funziona molto meno: i clienti hanno iniziato a informarsi sui social, a presidiare canali diversi, a dare più ascolto a recensioni online di sconosciuti, piuttosto che ai messaggi dei brand.

«Il mondo è cambiato e assieme a lui anche il consumatore», evidenzia l'**esperto ErgonGroup di marketing, il dott. Leonardo Piccolo**. «Le aziende hanno riempito i canali esistenti di messaggi promozionali, causando un **rumore di fondo autoreferenziale e abbassando la loro efficacia**».

La soluzione è semplice da dire, ma di complessa implementazione e prevede la necessaria creazione di **soluzioni basate e studiate sulle reali esigenze del cliente**, anche dal punto di vista comunicativo, in modo che **sia il cliente stesso ad avvicinarsi all'azienda**.

... Ma tutti gli imprenditori conoscono sul serio i propri (potenziali) clienti?

Sanno come agiscono e cosa dicono online?

Conoscono le reali esigenze che potrebbero soddisfare coi propri prodotti?

No. O, almeno, non lo sanno in molti, come confermato dai dati raccolti da "Survey on the Access to Finance of Enterprises in the euro area".

«La relazione col cliente, la sua conoscenza e il suo engagement non possono oggi essere demandati in toto ai retailer, perché il cliente chiede più informazioni specifiche, più assistenza a 360° prima durante e dopo l'acquisto, più aiuto in caso di necessità e condivisione dei valori» incalza il dott. Piccolo.

Alla luce di questo, risulta quindi fondamentale studiare il comportamento del cliente lungo tutto il **Customer Journey**, presidiando in modo opportuno i diversi **touch point, fisici e digitali**.

Gli imprenditori più lungimiranti hanno già da tempo iniziato a creare strategie di **inbound marketing**, ad analizzare i bisogni dei clienti e a creare contenuti non autoreferenziali finalizzati a fornire indicazioni, consigli e informazioni utili, nell'ambito del mercato di riferimento.

Ecco perché uno dei servizi più richiesti dalle **aziende clienti ErgonGroup** è il Marketing strategico ed ecco perché perseguiamo la nostra mission di *aiutare le aziende a crescere* anche attraverso **iniziative gratuite di formazione e confronto** in questa area specifica, quali i due recenti Workshop svolti presso le sedi veneta e friulana del Gruppo.

E voi, sapete chi sono realmente i vostri clienti e come la vostra azienda fornisce la soluzione più adeguata alle loro esigenze?

Di **Lara Pizzone** - Marketing e Comunicazione ErgonGroup

Leggi l'articolo dal sito SviluppoManageriale.it!

