

ESEMPI STRATEGIE DI MARKETING



Strategie Marketing efficaci per Professionisti e PMI
Qual' è la tua Strategia di Marketing ?

www.11marketing.it

Qual'è la **strategia di marketing** che ti consente di **incrementare il numero dei contatti ed il numero dei clienti**?

Cominciamo col dire che non esiste una strategia di marketing "perfetta" che vada bene per qualsiasi tipo di professionista o PMI; esistono, tuttavia, dei "**modelli**" che possono guidarti nella scelta della strategia marketing più adatta alla tua Attività:

Elenchiamo le principali:

1. **Strategia Marketing basata sul "vantaggio competitivo".**
2. **Strategia Marketing basata sul "vantaggio di costo".**
3. **Strategia Marketing fondata sulla differenziazione di prodotto/servizio.**
4. **Strategia Marketing basata sugli "stili di vita".**
5. **Strategia Marketing basata sulle partnership.**
6. **Strategia Marketing basata sulla complementarità di prodotto/servizio.**
7. **Strategia Marketing fondata sul Referral Marketing.**

Prima di approfondire le singole tipologie, ti diamo alcuni consigli per avviare la parte strategica del tuo Piano di Marketing.

Analisi Marketing Strategico: modelli e schemi utili

Quando si progetta l'avviamento di una nuova Attività o si desidera promuovere un nuovo prodotto/servizio è assolutamente consigliato lo **Studio di un Piano di Marketing**.

Attraverso un'**analisi di marketing strategico**, infatti, "fotografi" la situazione della tua Impresa, in funzione dei tuoi concorrenti e del tuo target.

- **ANALISI DELLA CONCORRENZA:** per analizzare i tuoi concorrenti principali (può essere effettuata sia on line che off line).
- **ANALISI "S.W.O.T.":** per prendere maggiore consapevolezza dei tuoi punti di forza/di debolezza e delle opportunità/minacce dell'ambiente esterno.
- **MATRICE DI "ABELL":** per lo studio del target attraverso una prima fase di MACRO - SEGMENTAZIONE.

Definizione della "premessa di valore" - quello che ti differenzia

Dopo aver effettuato queste valutazioni di Marketing Strategico dovresti essere pronto per **definire il tuo posizionamento di marketing**: le caratteristiche che differenziano i tuoi prodotti/servizi dai tuoi concorrenti diretti.

E' a questo punto, nella definizione delle peculiarità del tuo business, che ti giochi una grande "fetta" del successo o dell'insuccesso della tua Attività!

E' in questa fase che devi scegliere la Strategia Marketing più adatta alla tua Impresa, implementando le azioni operative (Marketing Operativo) più opportune.

Le migliori Strategie Marketing:

A) STRATEGIA MARKETING BASATA SUL "VANTAGGIO COMPETITIVO".

Tra le varie **Strategie Marketing** efficaci per Professionisti e PMI, questa è la più ambita!

Qualsiasi Imprenditore, infatti, aspirerebbe a promuovere un prodotto/servizio caratterizzato da una caratteristica unica:

ES.:

- una caratteristica intrinseca del prodotto (*es. una componente tecnologica*),
- un servizio esclusivo che completi l'offerta del prodotto stesso (*es. i tempi di consegna più rapidi del settore*) ecc ...

B) STRATEGIA MARKETING BASATA SUL "VANTAGGIO DI COSTO".

Strategia di Marketing che si fonda sulla possibilità di produrre un prodotto o di erogare un servizio **con dei costi inferiori a quelli della concorrenza**.

Come puoi ben capire, con una strategia di questo tipo, l'impresa può permettersi di promuovere e vendere il suo prodotto/servizio ad un **prezzo molto competitivo**, permettendogli di **"penetrare il mercato"**.

Generalmente, un'Impresa utilizza una strategia basata sul vantaggio di costo quando:

- può produrre internamente una parte del prodotto finale.
- Ha fornitori molto competitivi.
- Vuole "penetrare" un nuovo mercato (puntando su prezzi bassi).

ES.: Iliad, il nuovo operatore mobile del panorama italiano punta su tariffe economiche (non avrà costi nascosti: segreteria telefonica, Mi chiami, ecc).

C) STRATEGIA MARKETING FONDATA SULLA DIFFERENZIAZIONE DI PRODOTTO/SERVIZIO.

Il "plus" di questa strategia risiede nella possibilità, da parte dell'azienda di differenziare/personalizzare il prodotto/servizio che promuove nel proprio mercato.

Grazie ad una **Strategia Marketing di differenziazione del prodotto** è possibile presiedere una "nicchia di mercato" con clienti che hanno esigenze specifiche, oppure offrire diverse varianti dello stesso prodotto/servizio a target differenti con diverse capacità di spesa, differenti necessità e diversi "stili di vita".

ES.: Tesla, l'azienda americana focalizzata sulla produzione di auto elettriche: posizionandosi immediatamente in una "nicchia di mercato". Tesla è il leader nella produzione di auto elettriche.

D) STRATEGIA MARKETING BASATA SUGLI "STILI DI VITA".

Di esempi ce ne sono tantissimi ... uno su tutti **Harley-Davidson**: da strategia di marketing e fenomeno culturale.

All'harleysta non importa la velocità ma solo il viaggio e il suono della sua moto!

E) STRATEGIA MARKETING BASATA SULLE PARTNERSHIP.

Hai mai pensato di considerare la tua **Strategia di Marketing** stringendo **partnership** con il tuo migliore fornitore?

ES: sei un **Commercialista**, potresti stringere una partnership con la tua **Società di servizi di assistenza informatica**:

- Il tuo Studio promuove il tuo fornitore ai nuovi clienti che necessitano assistenza per le loro reti/postazioni PC.
- Il tuo partner pubblicizza i servizi del tuo Studio alle sue attività clienti.

F) STRATEGIA MARKETING BASATA SULLA COMPLEMENTARITÀ DI PRODOTTO/SERVIZIO

E se ti suggerissi di considerare una partnership con un Professionista o un'Azienda che fa un "mestiere" completamente diverso dal tuo?

ES: sei proprietario di una **falegnameria artigianale** che realizza mobili in legno su misura e ti accordi con i migliori **Studi di Architettura** interessati a "dare forma" ai loro progetti di "interior design".

Dov'è la "complementarità"?

- La tua falegnameria produce (su progettazione dell'Architetto) mobili/complementi d'arredo su misura richiesti dal suo cliente.
- La tua fabbrica riceve richieste di Progettazione + Produzione e tu affidi la "fase di progettazione" allo stesso Studio di Architettura.

e tutti ci guadagnano !

G) STRATEGIE MARKETING EFFICACI PER PROFESSIONISTI: "REFERRAL MARKETING"

Cos'è il Referral Marketing?

Il **Referral Marketing** è una componente del "Marketing Relazionale" finalizzata ad acquisire nuovi clienti mediante la **creazione di relazioni di fiducia**.

Il **Referral Marketing** è una **Strategia di Marketing** incentrata sulla creazione di relazioni di lungo periodo (e quindi di fiducia) con altri Professionisti ed Imprenditori interessati ad allargare le proprie reti di conoscenze.



Questa tipologia di Strategia Marketing è eccezionale soprattutto per aziende e professionisti che offrono un prodotto/servizio "trasversale".

ES: sei proprietario di una Società che offre Servizi in ambito salute e sicurezza nei luoghi di lavoro ... il tuo target è ovunque! Ma hai anche tanti concorrenti ...

Dunque, come potresti "emergere"?

Cominciando a frequentare degli eventi di **Referral Marketing come BNI** che ti permettono di entrare in contatto con numerosissimi Imprenditori ed Aziende potenzialmente interessati ai tuoi servizi.

PER QUALSIASI APPROFONDIMENTO SIAMO A DISPOSIZIONE

ELEVEN MARKETING DI ELIO CASTELLANA

338 280 2359

elio@11marketing.it

www.11marketing.it