Crea il tuo modello di Marketing Essenziale

Autore : Rosario De Vincenzo

Data : 17 Aprile 2018

Il Marketing è organizzazione sociale d'Impresa!

Quali strumenti utilizzare per una corretta strategia di marketing?

In che modo le nuove tecnologie di marketing digitale possono essere utilizzate da Imprese e Professionisti?

Le imprese e i professionisti, oggi si trovano ad affrontare uno scenario di grande competizione con una forte richiesta da parte del mercato di una maggiore efficienza e rapidità nel fornire risposte precise e di valore.

Questo comporta inevitabilmente la scelta di dotarsi di tecnologie e strumenti di marketing in grado di fornire rapide e qualificate risposte alle richieste del mercato specifico. Inoltre, ogni organizzazione deve necessariamente utilizzare al proprio interno una serie di strumenti per gestire in modo dinamico le politiche di marketing off-on line.

Ogni scelta decisionale relativamente agli strumenti marketing di cui dotarsi, deve tener conto delle finalità e degli obiettivi specifici che l'organizzazione intende perseguire.

In pratica, quali sono gli obiettivi da raggiungere a breve, medio e lungo termine?

Abbiamo un brand riconosciuto?

Come posso avere una piattaforma marketing in grado di poter rispondere a tutte le mutevoli esigenze del mercato e della mia organizzazione?

Ecco che una nuova domanda cambia la percezione che abbiamo dell'esigenza, ovvero, proviamo a vedere la questione da "azione o attività di marketing" verso un "modello di marketing".

La differenza è fondamentale!

Il modello di marketing è uno strumento essenziale da utilizzare in qualsiasi organizzazione e non può essere considerato una "azione" da mettere in atto per una specifica opportunità temporale.

- Il Marketing è organizzazione!
- Il marketing è impresa!
- Il Marketing è sociale!

Detto ciò, alla luce di una nuova visione del marketing, direi dell'unica visione coerente e utile oggi a circa il 90% delle organizzazioni private, come possiamo ottenere un radicale cambiamento organizzativo nella nostra struttura?

Stabilità

Il Marketing deve essere un modello stabile nelle organizzazioni.

Questo modo di pensare e vivere la realtà dell'impresa con una piattaforma esistente di marketing, ci mette al riparo, o meglio, ci aiuta a migliorare ogni giorno, le nostre *performance* in termini di efficienza ed efficacia, utilizzando ciò che davvero è funzionale per noi.

Ecco, la parola magica è *funzionale!*

Il modello di Marketing *deve essere funzionale* alle nostre attività.
Cosa utilizzare, quali sono gli strumenti di cui bisogna dotarsi?
Il *setting marketing model* è la risposta!

In cosa consiste il SMM?

Si tratta di *acquisire consapevolezza* anzitutto degli strumenti disponibili e quali di questi possono essere utilizzabili di volta in volta in base alle specifiche esigenze dell'organizzazione. In pratica, dobbiamo conoscere gli strumenti e capire quali utilizzare in modo funzionale ai nostri obiettivi.

In questo articolo, parliamo di strumenti del *Setting Marketing Model* e non della strategia degli obiettivi, che tratterò in un prossimo articolo che pubblicherò nei prossimi giorni.

Il *Setting Marketing Model* deve essere la dotazione utile alla nostra organizzazione e funzionale agli obiettivi pianificati.

Vediamo i principali strumenti "essenziali" da inserire nella piattaforma del marketing essenziale e costruire il nostro *"setting marketing model"*:

Strumenti social:

- Facebook
- Youtube
- Twitter
- Linkedin
- Google

Come utilizziamo questi social?

Dipende dagli obiettivi delle singole attività e dalle strategie che abbiamo delineato.
A questo punto dobbiamo acquisire anzitutto la consapevolezza di cosa significa utilizzare queste

piattaforme sociali, quando possono essere utili e in che modo.

Ad esempio, Facebook può essere utile per interagire con il nostro pubblico di riferimento creando un rapporto di fiducia; Youtube per la creazione di un canale tematico di formazione con video; Google per il posizionamento nei motori di ricerca; il *blog* per creare un *feedback* e rendere ancora più autorevole i contenuti di cui ci occupiamo e così via.

Le campagne DEM (in-out bound)

A questi vanno aggiunte le iniziative di *direct email marketing*, DEM, intelligenti, ovvero collegate ad una strategia di *landing page* con auto-risponditori strutturati ed un calendario editoriale funzionale agli obiettivi di breve medio e lungo termine.
Le campagne dem possono essere *in bound*, quando attraverso una *landing page* l'utente inserisce i propri dati laddove è interessato ad un nostro articolo, *out bound* quando siamo noi che inviamo contenuti a liste referenziate di utenti, spedizioni massive.

Focalizziamoci sulle iniziative dem in bound, che rappresentano la vera differenza che fa la differenza!

La *landing page* è una pagina che aiuta a veicolare i nostri utenti, clienti acquisiti o potenziali, ma anche utenti interni ad una organizzazione, attraverso uno specifico interesse per generare una serie di re-azioni pianificate e pre-organizzate avvalendosi a degli auto-risponditori.

Setting Marketing Model: il nuovo approccio

È ora il momento di una nuova soluzione, di un nuovo approccio – creare la giusta strategia nella tua organizzazione e creare il tuo *'Setting Marketing Model'* utilizzando 7 semplici passi che ti aiuteranno a fare chiarezza sempre in ogni momento della tua vita, professionale ma anche privata.

Vedrai la differenza tra oggi e quando avrai utilizzato le semplici tecniche che ti insegno passo dopo passo in questa serie di articoli, estratti dal mio prossimo libro *'Marketing essenziale'* in uscita da settembre pv, e soprattutto quando le avrai adeguate al tuo modello organizzativo di *business* ed avrai creato il tuo *setting marketing model*.
Vedrai, le differenze con i tuoi concorrenti e con chi non ha dato valore a questi argomenti così semplici quanto importanti.

Il marketing essenziale è quello che serve per le micro e piccole realtà imprenditoriali e professionali, ovvero circa il 90% del mercato italiano.

Nei prossimi video parleremo di contenuti e degli obiettivi da raggiungere utilizzando la leva della strategia del valore!

Un caro abbraccio.

A presto!