

LA GESTIONE DELL'IMPRESA IN UNA OTTICA DI MARKETING

La Chiave del successo

Autore: Dott. FABRIZIO CIANCA –Direttore didattico del Centro di formazione Maveco (www.formazione-maveco.it) e docente dei corsi di Tecniche e psicologia della vendita, strategie di Marketing e Comunicazione d'impresa, Comunicazione efficace e Abilità relazionali.

Con il termine Marketing ci si riferisce a tutte quelle azioni, mentalità, tipo di organizzazione che permettono ad una impresa di entrare sul mercato, farsi conoscere, differenziarsi dalla concorrenza, offrire prodotti e servizi innovativi, allo scopo di conquistare quote di mercato, ampliare la rete clienti e soddisfare continuamente il cliente ricavandone un utile soddisfacente per l'impresa e per la sua crescita.

Come si può notare, il Marketing non è pubblicità, ma è applicare alla propria attività, organizzazione, prodotti e servizi una mentalità nuova, strategie e analisi tali da differenziarsi e avere successo superando la concorrenza. La pubblicità e la comunicazione è solo una parte del Marketing, e spesso è l'attività finale. La pubblicità è la fase finale, quando si è deciso e stabilito già strategie di mercato, strategie di posizionamento sul mercato, strategie di prodotto, di prezzo, di vendita, di immagine, ecc

Un altro luogo comune è che il Marketing coincide con la Vendita. Il Marketing non è la vendita ma determina la vendita. In poche parole senza applicare delle efficaci strategie di Marketing non si vende. Come ho già detto, il marketing è un insieme complesso di attività, tra cui quella di vendita e la pubblicità. La vendita è soltanto un momento, una fase del marketing.

Gestire una impresa in una ottica di marketing significa :

Conoscere i concorrenti del settore in cui si opera (difetti, lacune, vantaggi)

Conoscere le tendenze del mercato (che cosa vuole, dove si sta orientando)

Conoscere i bisogni ed esigenze dei clienti (anche bisogni latenti e nascosti)

Creare o conoscere i nuovi bisogni

Definire prodotti e servizi per soddisfare i targets scelti

Creare nuovi prodotti o servizi.

Innovare, rendere diverso, creare prodotti nuovi

Cercare nuovi potenziali clienti e soddisfare nuove esigenze
Creare i propri Vantaggi competitivi.
Preparare il terreno per vendere e aumentare le vendite
Facilitare le vendite di prodotti e servizi
Creare una immagine positiva
Farsi trovare. Far parlare di se. Notorietà
Creare Fiducia, fidelizzazione e aumentare la propria Credibilità
Comunicare con diverse forme e mezzi.
Comunicare utilizzando un linguaggio attrattivo

Gestire una attività, una impresa, un negozio, un ristorante, uno studio professionale, ecc con il Marketing significa gestirla e condurla con un insieme di strategie proprie del marketing e non a caso, come ci si alza la mattina o secondo l'umore del giorno o del momento. Significa attenzione a tanta aspetti ed elementi, significa logica, ma anche creatività, significa come utilizzare le informazioni, in modo strategico, significa tendere alla differenziazione e all'innovazione di ciò che è tradizionale e obsoleto. Spesso si chiude battenti perche il Marketing non lo si conosce e quindi non lo si applica nella propria azienda e forse il concorrente lo sta già applicando.

Autore: Dott. FABRIZIO CIANCA –Direttore didattico del Centro di formazione Maveco (www.formazione-maveco.it) e docente dei corsi di Tecniche e psicologia della vendita, strategie di Marketing e Comunicazione d'impresa, Comunicazione efficace e Abilita relazionali.