

**rEvolution marketing:**  
non è più tempo per fare i buoni,  
perché se non vendi tu vende il  
tuo concorrente



***“Non è il più forte della specie a sopravvivere, nè il più intelligente, ma il più reattivo al cambiamento.”***

***Charles Darwin***

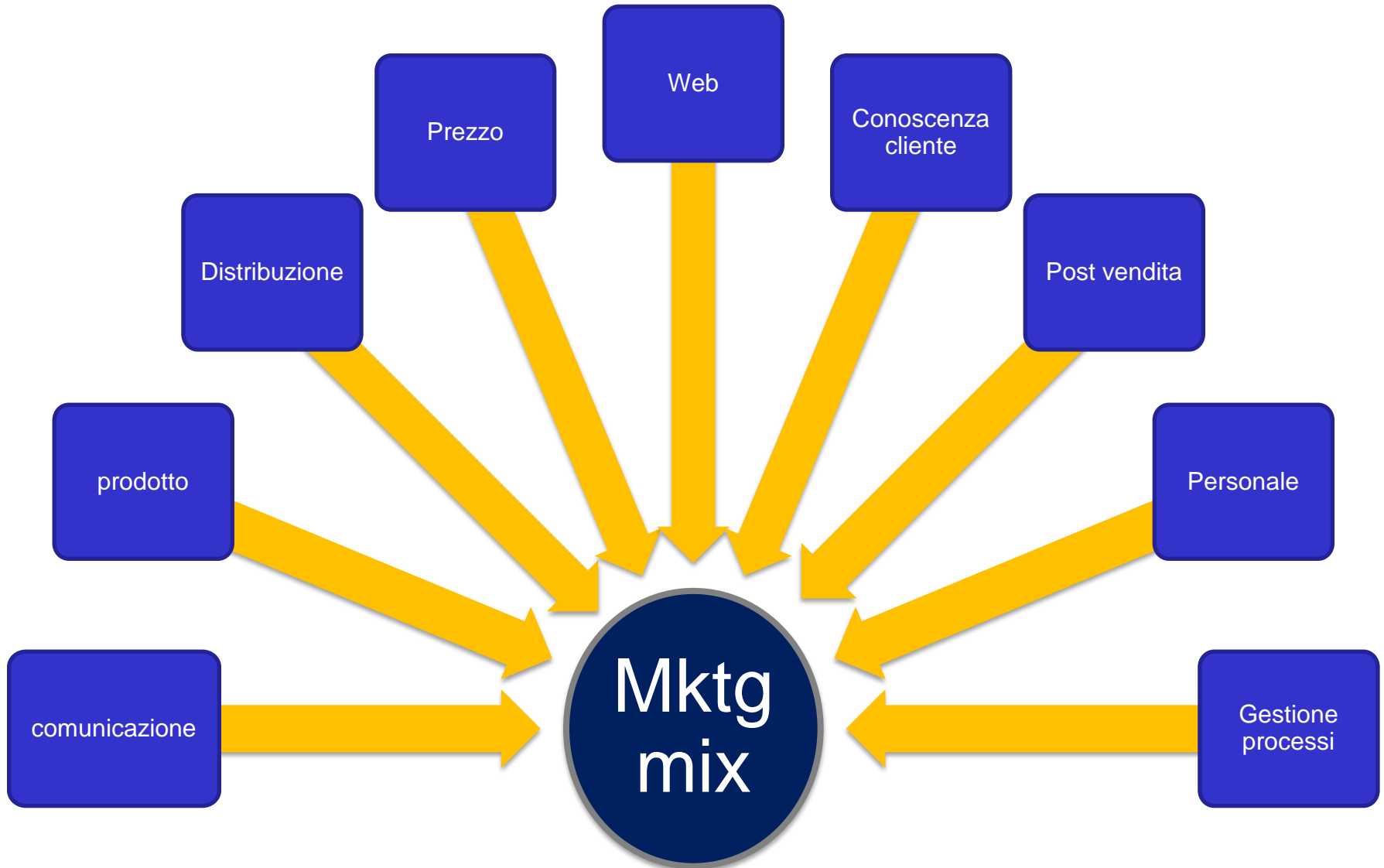
# Crisi e marketing | cosa sta succedendo?

- I tempi di risposta nel processo decisionale di acquisto dei clienti si sono allungati di molto.
- Le tecniche di vendita di una volta funzionano sempre meno e i clienti sono sempre più sofisticati e attenti.
- I clienti fanno come “spremere” i fornitori, e hanno accesso ad una grande quantità di informazioni e di opzioni alternative. Se non comprano da voi, fanno di poter comprare da un vostro concorrente, basta solo che alzino il telefono o facciano “click”.
- Alcuni fornitori sono pronti a ridurre i prezzi a livelli assurdi e per voi difficili da contrastare.
- I prodotti ormai si somigliano tutti, sono sempre più indifferenziati su livelli qualitativi medio-alti.
- I clienti vogliono il meglio assoluto che c'è sul mercato o quello meno costoso, tutto quello che c'è nel mezzo è sottoposto a contrazione.

# Crisi e marketing | siamo ancora in crisi?

- Sì, siamo veramente in crisi....
  - Di idee (poche)
  - Di azioni di marketing (ripetitive e imitative)
  - Di coraggio (paura di rischiare)
  - Di capacità innovativa (guardare oltre la crisi)

# Marketing mix | le nuove variabili



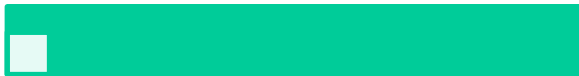
# rEvolution marketing | Saggezza orientale

Sun Tzu e l'arte della guerra.

- La metafora della competizione aziendale attraverso strategie del tipo militare non è una novità.
- Il legame tra il mondo militare e quello del business esiste da sempre; entrambi usano principi di strategia, attacco e difesa per conquistare territori/mercati, combattendo un nemico/concorrente.
- *Sunzi disse:*
  - ***Cinque sono le vie che portano al successo:***
    - ***Sapere quando si può o non si può combattere;***
    - ***Sapersi avvalere sia di forze numerose sia di forze esigue;***
    - ***Saper infondere uguali propositi nei superiori e negli inferiori;***
    - ***Attendere con prudenza le altrui imprudenze;***
    - ***Avere generali capaci e un sovrano che non interferisce.***
- *Sunzi disse:*
  - ***Conoscendo gli altri e conoscendo se stessi, in cento battaglie non si correranno rischi; non conoscendo gli altri ma conoscendo se stessi, una volta si vincerà e una si perderà; non conoscendo ne gli altri ne se stessi, si sarà inevitabilmente in pericolo a ogni scontro.***

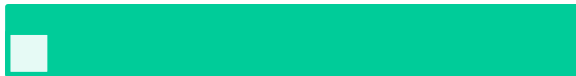
# Il corso | programma moduli formativi

## Marketing in mercati saturi o competitivi



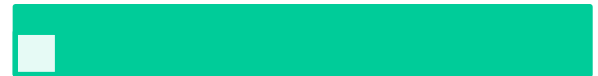
- Nuovo marketing mix
- Trovare nuovi clienti, mantenere fedeli i clienti acquisiti, riconquistare i clienti persi

## Marketing diretto: la riscoperta dello strumento e delle strategie



- Mix strutturato di azioni
- L'importanza di mantenere un buon rapporto con la clientela

## Sistema CRM: strumento indispensabile alle PMI



- Strumenti, tecniche, strategie
- Come raccogliere, gestire e utilizzare le informazioni

## Piano di marketing



- Redazione del piano di marketing
- Come sfruttare al meglio le proprie forze e sfruttare l'effetto sorpresa

## Software OPEN SOURCE



- Software gratuito per il marketing: quali sono, cosa fanno, dove trovarli

## Marketing e organizzazione commerciale



- Strumenti, tecniche, strategie
- Come motivare e incentivare la forza vendita

## STUDIO MAGGIOLO PEDINI ASSOCIATI

[www.studiomaggiolo.it](http://www.studiomaggiolo.it)  
[info@studiomaggiolo.it](mailto:info@studiomaggiolo.it)

Tel. 049-8900499 - Cell. 328-6241003