



Strategie Digitali

La comunicazione contro la crisi

www.srcomunicazione.it



Workshop di
Alessandra Salimbene



Se conduci una piccola azienda,
devi vendere.

Se sei un medico o un avvocato
o un commercialista,
devi vendere.

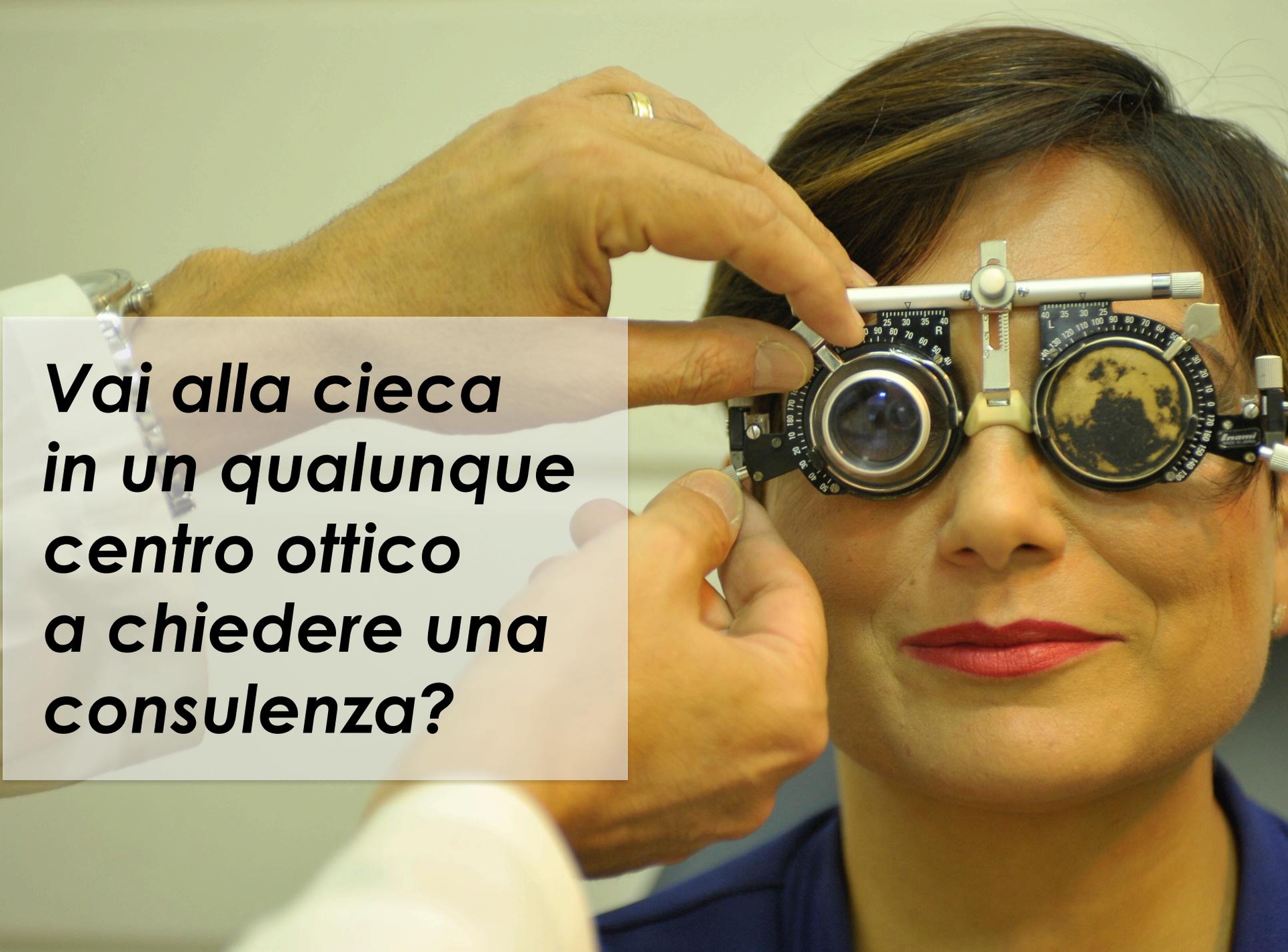
**GLI IMPRENDITORI
DEVONO
VENDERE**

Qualunque sia la nostra attività,
imprenditoriale o manageriale,
se vogliamo trarre profitto dalle
nostre capacità e dal nostro
lavoro **essere efficaci nella
vendita è un nostro problema.**



**COME COMPRI
GLI OCCHIALI
NUOVI?**

***Vai alla cieca
in un qualunque
centro ottico
a chiedere una
consulenza?***

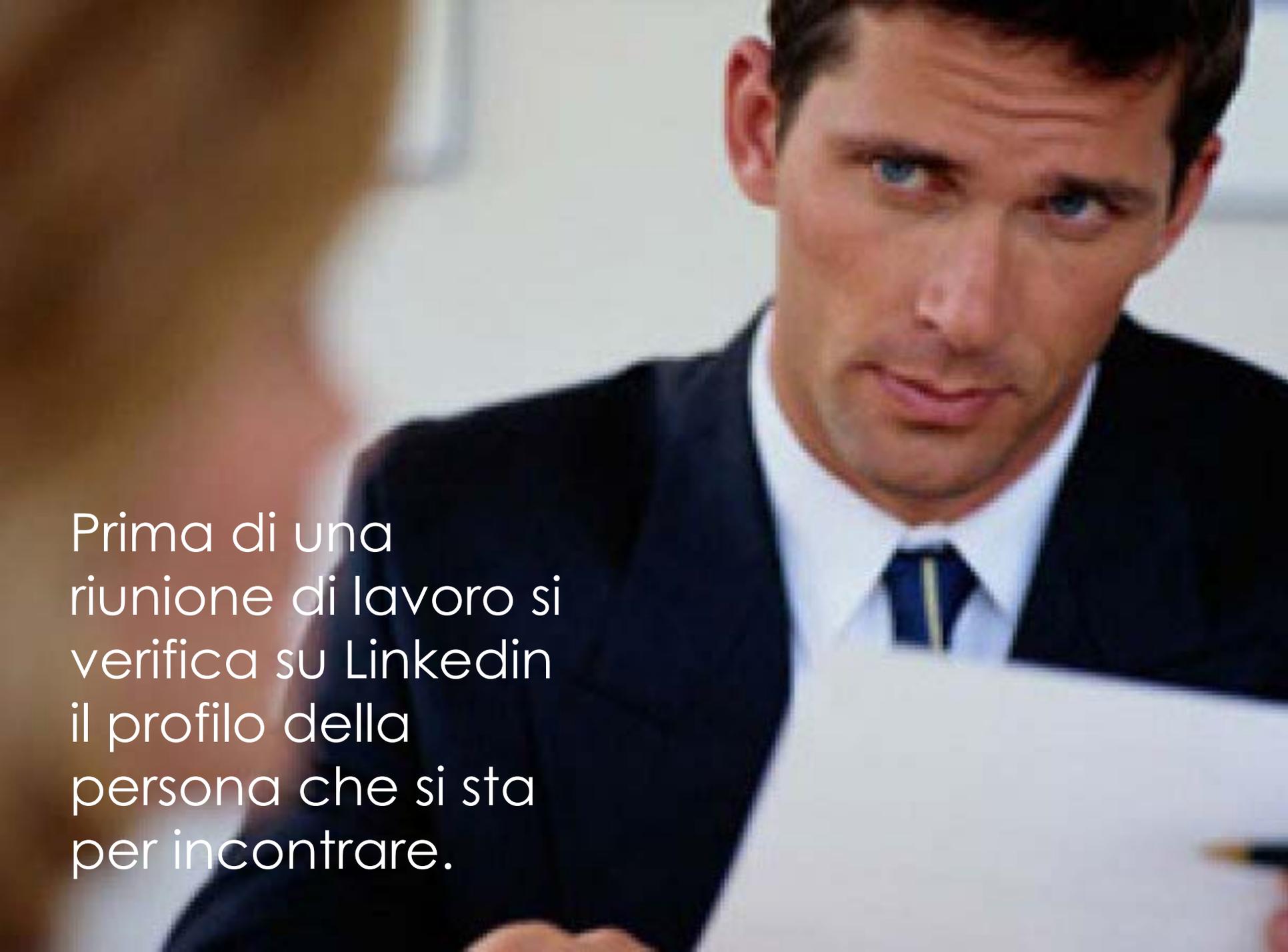




Oppure passi ore e ore su internet **fino a che non pensi di saperne abbastanza da sentirti pronto a comprare sapendo tutto ciò che serve** per fare una buona scelta e un buon affare?



Oggi si fanno
ricerche
su internet
prima di
accettare un
appuntamento
galante.

A close-up photograph of a man with dark hair and blue eyes, wearing a dark suit, white shirt, and dark tie. He is looking down at a white document he is holding. The background is blurred, showing a person with blonde hair on the left and a white wall on the right.

Prima di una
riunione di lavoro si
verifica su LinkedIn
il profilo della
persona che si sta
per incontrare.

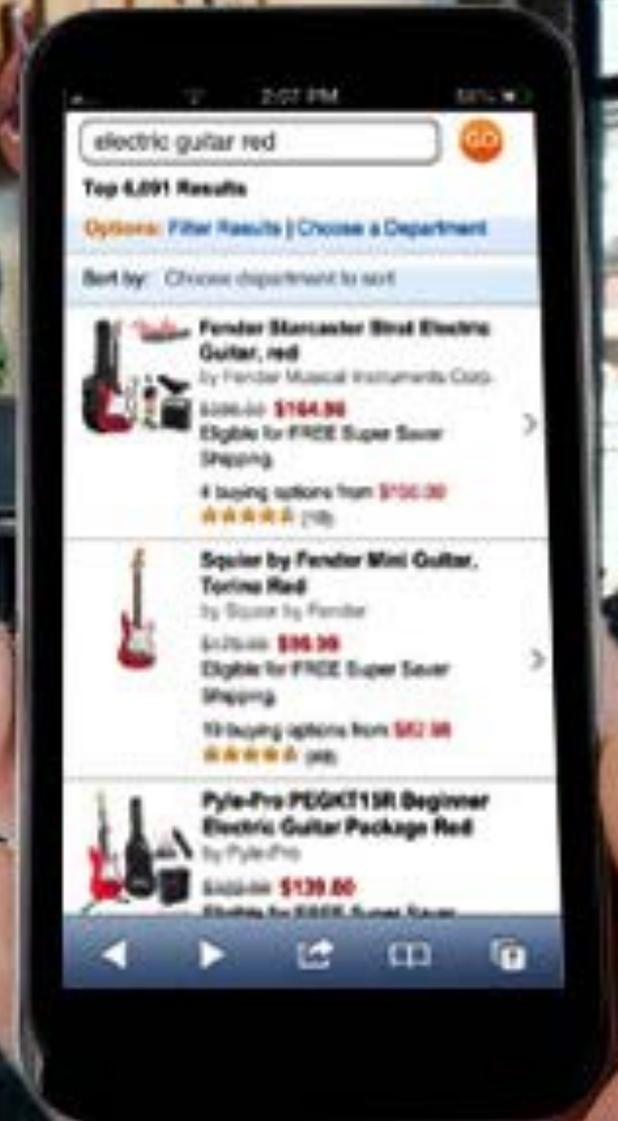
Per scegliere che film
vedere al cinema
guardiamo tutti i trailer
e i commenti on line



Si sceglie il ristorante in cui cenare o l'albergo in cui dormire in base alle recensioni su Tripadvisor o sui social.



Il processo di acquisto è passato totalmente nelle mani del consumatore



Il mondo è cambiato

**SERVONO
NUOVE STRATEGIE
anche per vendere**

Prima dell'epoca dei social

- I clienti non potevano facilmente trovare informazioni obiettive su prodotti e servizi
 - Era molto difficile rendere noti problemi e disservizi
 - Vecchi e nuovi clienti non potevano rimanere in contatto in tempo reale con le aziende da cui acquistavano
 - I clienti potevano dire poco o nulla sui prodotti che volevano acquistare
-

...quindi si applicavano le vecchie regole:

- Chi vendeva diffondeva solo informazioni controllate come white paper o relazioni di ricerca
 - Il processo di vendita era generalizzato e gli acquirenti dovevano adattarsi a una cultura "one-fits-all"
 - Gli acquirenti dovevano essere in grado di fare la richiesta giusta
 - I venditori erano più preparati e quindi più forti durante la negoziazione
 - I venditori non erano incentivati a dire la verità
 - Chi vendeva guidava il ciclo di vendita, preoccupandosi poco delle esigenze di orario degli acquirenti
-

**LE PERSONE ODIANO
AVERE QUALCUNO CHE VUOLE
VENDERE LORO QUALCOSA
(ma con le vecchie regole non
potevano fare diversamente)**

**MA ORA QUESTA
SCELTA ESISTE!**

**La più grande rivoluzione della
comunicazione ha portato un
cambiamento radicale nelle
modalità in cui funziona il mercato**



Veniamo alle belle notizie 😊

La soluzione esiste!

**FATTI
TROVARE**

GOO

eb

Images

Groups

what is the meaning of life?

Google



**INCORAGGIA LA
CONDIVISIONE**

RAGIONA IN TERMINI EDITORIALI

**Tu sei ciò
che
pubblich
sul web**



L'UNICO VERO OSTACOLO
PER IL SUCCESSO
E' LA PAURA
DEL CAMBIAMENTO



Le 5 nuove regole della vendita

(Davide Meerman Scott)

- Lo storytelling (autentico) imposta i toni
 - I contenuti sono il link tra le aziende e i clienti
 - I Big Data permettono all'azienda di avere un approccio migliore alla vendita
 - La vendita "agile" porta nuovi clienti all'azienda
 - Il coinvolgimento in tempo reale diventa il nuovo CRM e rende i clienti più felici
-

#1 Storytelling autentico

- Le persone vogliono la verità, non slogan
 - Le persone vogliono partecipazione, non propaganda
 - La storia della tua organizzazione non è un sogno dell'agenzia (l'agenzia può solo aiutarti a raccontarla meglio)
 - L'imprenditore è il principale "menestrello" è lui che conduce l'orchestra
 - Con i social network ogni impiegato ha un ruolo nella vendita e deve cantare la stessa canzone
 - Chi acquista vuole informazioni che parlano la sua lingua
-

#2 I contenuti sono il collegamento con il tuo mercato

- ▶ Tu sei cosa pubblici
 - ▶ Le aziende devono condurre le persone all'acquisto tramite contenuti grandiosi
 - ▶ Blog, video, ebook, infografiche e "like" permettono alle aziende di comunicare direttamente con i clienti in un modo che loro possono apprezzare
 - ▶ I social network permettono alle persone di condividere e connettersi con le aziende con cui fanno affari
 - ▶ I venditori brillanti, oggi, non diffondono solo le proprie informazioni interne ma anche informazioni che provengono da altre risorse sul Web
-

**IL CICLO DI VENDITA
OGGI
E' DIVENTATO
UN CICLO DI ACQUISTO**

EDUCA + INFORMA

**Si vende di piu'
nel momento
*in cui si smette
di vendere***

#3 Utilizza i BIG DATA

- Le aziende più performanti personalizzano l'esperienza di ogni cliente
 - Oggi, grazie all'infinita disponibilità di informazioni sul web, gli acquirenti hanno molte più informazioni e chi vende non è più in una situazione di superiorità
 - Con tutte le informazioni indipendenti che sono disponibili, chi vende deve sempre dire la verità
 - La comunicazione on line è infinitamente misurabile
-

**Quando qualcuno
esprime un interesse
per il tuo prodotto
o servizio vuole
un riscontro**

ORA

Monitora i segnali di interesse

- Chi sta visitando il tuo sito
- Chi sta operando modifiche sul profilo LinkedIn
- Chi condivide i tuoi contenuti
- Chi utilizza le tue parole chiave

#4 La vendita agile

- Gli acquirenti utilizzano continuamente i motori di ricerca e i social per trovare aziende con cui interagire
 - Il cliente è al comando del processo d'acquisto e vuole farlo secondo i propri ritmi e nei propri tempi
 - Quando un cliente è pronto ad acquistare l'azienda deve rispondere alla velocità della luce
 - Vendere, oggi, significa soprattutto distribuire contenuti nel momento preciso in cui il cliente ne ha bisogno
 - Le aziende devono trattare le persone come individui unici
 - Quando l'acquirente ha informazioni valide a disposizione, è il venditore che si trova nella posizione di fare la domanda giusta.
-

#5 Il coinvolgimento fa i clienti felici

- Nel mondo sempre connesso i clienti si aspettano un servizio costante 24 ore su 24, 7 giorni su 7
 - Grazie al meccanismo delle recensioni, le aziende hanno un grande interesse nel sistemare i problemi e rendere i clienti felici
 - I clienti si aspettano che i dipendenti delle aziende da cui acquistano gli diano supporto tramite i social network
-

INTERNET

Ha cambiato tutto
comprimendo i tempi e le
modalità di risposta

Ora tocca a te!

PARTECIPA!

Lavora sul tuo personal branding

- Mettici la faccia
 - Racconta la tua storia
 - Scegli le tue parole chiave
 - Partecipa alla conversazione
 - Interagisci in prima persona
 - Condividi la tua conoscenza
 - Dai risposte
-

PUBBLICA!

Trasforma la tua azienda in editore

- Il tuo sito web non è una vetrina, non è una brochure, non è uno spot pubblicitario: è un magazine attivo dove l'azienda fornisce informazioni aggiornate, chiare e accattivanti che interessano i tuoi possibili acquirenti
 - Rendi i contenuti facilmente condivisibili
 - Racconta una storia
 - Utilizza la comunicazione visiva in modo professionale
 - Emoziona
-

ENTRA IN RELAZIONE!

Progetta un sistema di CRM social e multicanale

- I social media devono far parte integrante del tuo sistema di CRM
 - Pianifica delle forme di interazione “push” con i clienti, tramite dispositivi mobili (app / sms / altri sistema di messaging)
 - Non lasciare mai il tuo cliente da solo
 - Dai qualcosa, prima di chiedere (o non chiedere proprio)
-

Social Media

**Facebook
Twitter**

Linkedin

**Pinterest
Instagram**

**Customer
Relationship
Management**

**Richiami
sms**

**Richiami
E-mail**

**Notifiche push
app**

Sito web aziendale con piattaforma editoriale

valori

storia

keywords

Identità aziendale (posizionamento di marketing)

ENTREPRENEUR

Someone who jumps off a cliff and builds a plane on the way down.





www.srcomunicazione.it

Ci prendiamo cura
delle cose importanti
per la tua impresa.

leader carismatici
team felici
clienti fedeli

www.srcomunicazione.it



Per articoli, aggiornamenti, eventi e
e-book gratuiti...

ISCRIVETEVI ALLA NOSTRA
MAILING LIST

SU

www.srcomunicazione.it

Basta l'indirizzo e-mail!



www.srcomunicazione.it

E-mail: info@srcomunicazione.it

Facebook: www.facebook.com/srcomunicazione

Twitter: [@srcomunicazione](https://twitter.com/srcomunicazione)

Linkedin: www.linkedin.it/alessandrasalimbene
