

## GESTIONE D'IMPRESA

di **STEFANO DONATI****Adattiamo la strategia di marketing a questa fase di mercato**

*Le prospettive di business sono cambiate radicalmente nel 2020 ed è innegabile che questa novità generi un'apprensione diffusa. Giacché questo sentimento coinvolge tutti, il cambiamento è quanto mai necessario.*

Oggi, oltre alle motivazioni tecniche legate al valore del prodotto, i clienti vorrebbero che assumessimo un **ruolo di guida**, aiutandoli ad attraversare il guado della crisi per riacquisire le certezze perse. Questo ci impone di **reformulare la nostra offerta**, orientandola a bisogni che ieri erano semplicemente inesistenti. Serve, insomma, un nuovo piano di azione, perché la fedeltà dei clienti verso la nostra azienda è ancor meno scontata di ieri. Cosa dobbiamo fare, allora? Ecco alcuni spunti per una strategia di marketing più attuale.

**Dimostrare sensibilità** - Per diventare il punto di riferimento dei clienti, è imperativo **ascoltarli** anche quando esprimono dolore. Quali sono i timori che vanno oltre la generica preoccupazione? Questo è il momento in cui dobbiamo capire come la nostra struttura può aiutare le persone che hanno bisogno di noi, accantonando temporaneamente l'idea di trarne profitto. Dobbiamo fare sì che prevalga lo **spirito etico**, consapevoli che in un momento di necessità non c'è niente di più importante della solidarietà. Saremo ampiamente ricompensati in futuro.

**Non andare in stand-by** - Il marketing si basa sulle relazioni e chi le costruiva con incontri ed eventi di marketing, tavole rotonde, seminari e convegni, oggi si trova spiazzato. Se non ci vedono, non esistiamo, quindi se non è possibile organizzare meeting in presenza, è tempo di diventare creativi. Esistono svariate piattaforme, anche gratuite, tramite le quali **si può mantenere il rapporto con i clienti**, magari attraverso brevi workshop o aggiornamenti allineati sulle novità di loro interesse.

**Evitare sviste e cantonate** - In questo momento, scivolare su una buccia di banana è molto facile perché ci stiamo muovendo in un terreno sconosciuto. Cosa fare, quindi, per produrre una comunicazione a prova di bomba e non incorrere in errori grossolani? Bisogna concentrarsi sulla **strategia a lungo termine**. Chi vuole vendere a tutti i costi, incurante della fase psicologica che stanno vivendo le persone, è percepito come fastidioso e pregiudicherà i rapporti futuri.

**Fare SEO con giudizio** - Il SEO consente di aumentare la visibilità aziendale, inserendo termini molto utilizzati dai navigatori sui motori di ricerca nei testi pubblicati online. E' sconsigliabile inserire strumentalmente parole collegate alla pandemia, sperando di ricevere un sacco di visite: sarebbe un grave danno alla propria immagine e la reputazione aziendale ne soffrirebbe.

**Concentrarsi sul marketing digitale anche durante il coronavirus** - In questi giorni il marketing digitale è l'unico modo che consente di rimanere connessi ai clienti, quindi è meglio iniziare a farlo velocemente e bene. Alcuni stanno trascurando la **comunicazione**, altri l'hanno curata poco anche in passato. Quindi, quale frangente migliore per imparare qualcosa di nuovo e fare decollare il proprio marketing online? Potrebbe essere il momento di un'accelerata, concentrandosi su un progetto secondario programmato per il prossimo anno, o recuperare il tempo perso, implementando l' **e-commerce** con quella funzionalità extra rimasta nel cassetto.

Altri spunti? Studiare una nuova strategia per i **social media**, vedere se i canali usati stanno dando ancora risultati, perfezionare il profilo dei " *buyer personas* " (acquirenti potenziali) o aggiornare le proprie conoscenze su Google Ads. E' un momento in cui si può imparare qualcosa di più e farsi trovare pronti per la ripartenza, quindi, perché non tornare in pista con una strategia nuova di zecca e un nuovo set di competenze?

Osservando la situazione da un altro punto di vista, potremmo individuare opportunità che la frenesia dalla quale eravamo presi prima della pandemia non ci consentiva di cogliere.