

Volenti o nolenti, non importa quanto piccola o grande possa essere la tua azienda, oggi il Marketing non può che passare per il web, siamo nell'era della digitalizzazione dove tutto è in evoluzione e tu ne fai parte, oggi, qui e ora.

Avere una presenza online non è più un optional e questo ti costringe nella morsa della **“presenza per forza”**, tu o la tua azienda dovete essere presenti online e se non lo fai tutti incominceranno a pensare che hai qualcosa da nascondere generando non pochi problemi al tuo Business o all'efficacia del tuo piano di Marketing.

Oggi infatti è usuale vedere di cattivo occhio un'azienda totalmente assente su internet non puoi sottrarti, **devi esserci e se ci sei non puoi stare zitto in disparte, devi dire qualcosa.**

Personalmente mi sono occupato della presenza online di tantissime aziende e oggi ho più di una ragione per affermare che questa fame di visite non trova ragione d'essere se prima non viene offerto all'utente un contenuto davvero in linea con le sue esigenze in un contesto altamente affidabile. Puoi avere il prodotto più bello del mondo ma se l'ambiente nel quale lo proponi non è affidabile e concreto al 99% hai perso la tua chance per convertire un utente in cliente.

Proprio per questo ti faccio una piccola, semplice domanda.
Tu, oggi, chi sei? Se potessi giocarti il tutto per tutto davanti all'occasione più grande della tua vita avendo a disposizione solo una manciata di secondi quante chance avresti di spuntarla?

Steve jobs proprio a questo proposito diceva:

SII UN PARAMETRO DI QUALITÀ . ALCUNE PERSONE NON SONO ABITUATE
A UN AMBIENTE IN CUI È PREVISTA ECCELLENZA.

Parlare di eccellenza è davvero difficile dato che sappiamo bene che nessuno è perfetto. Ciò nonostante tutti la vogliamo e in pochissimi la posseggono, oggi come ieri chi eccelle viene premiato a furor di popolo, nello sport, nel lavoro e nella vita quasi fosse un supereroe.

Ma di solito quando tutti vogliono qualcosa questo genera tantissimi discorsi intorno a quell'argomento. Quante volte hai sentito qualcuno parlare di quanto è perfetto ciò che ha fatto?

Fammi scommettere.. pochissime volte. Sai perché?

Perché quando dici "questo che ho fatto è eccellente" devi avere prove veramente valide se non vuoi passare per uno che parla a vanvera. Di fatto l'eccellenza ci tira in causa in prima persona e questo fatto, oltre che richiederci sforzi non ordinari ci espone irrimediabilmente.

È un pò come quando vedi un atleta fare qualcosa d'incredibile..

Ai mondiali dell'atletica di Berlino, nel 2008 un tale chiamato Usain Bolt (Bolt sta per fulmine non a caso) faceva quello che nessun uomo aveva mai fatto prima, parlo ovviamente dei 100 metri percorsi in 9 secondi e 58 centesimi. Tutto il mondo premiava la sua eccellenza osannandolo a più non posso e più di qualcuno ha potuto ammirare questo nuovo record mondiale avverarsi.

Quando vedi una scena del genere non puoi che pensare qualcosa del tipo.. caspita, quanto vorrei provarla anche io un'emozione ed una soddisfazione del genere! Non credo esista essere umano sulla faccia della terra che si sarebbe tirato indietro di fronte all'assurda proposta di godersi il successo, in quel momento al posto di Bolt. Tutti vorremmo goderci quel momento riservato al nostro personale successo ma solo in pochi hanno la reale intenzione di arrivare al risultato. Occorre una visione e tanta costanza per perseverare in un percorso che porti concretamente ad un risultato così grande e questa fatica non è da tutti.

Questo è un punto molto importante, *l'eccellenza richiede perseveranza, costanza e la consapevolezza che il fallimento è parte integrante del processo, mica Bolt ha sempre stravinto ogni gara nella quale ha partecipato..*

A questo proposito Aristotele diceva:

NOI SIAMO QUELLO CHE FACCIAMO RIPETUTAMENTE. PERCIÒ
L'ECCELLENZA NON È UN AZIONE MA UN ABITUDINE.

Steve Jobs, sotto il profilo del Business è diventato uomo simbolo dell'eccellenza proprio perché ci ha abituati nel tempo alla sorpresa e al **superamento della soglia di perfezione**

raggiunta in precedenza. Una delle sue frasi più celebri diceva appunto: mantieni il design semplice e quando ci sei riuscito semplificalo ancora. In una frase di questo tipo si intuiscono due concetti davvero importanti. Il primo è costituito dal fatto che non ti devi mai sentire arrivato perché puoi e devi fare sempre meglio. Il secondo punto è che se vuoi creare qualcosa che funziona devi fare in modo che sia semplice ed usabile.

Questi due punti li devi sempre tenere presenti quando fai qualcosa online perché ricorda, non mi stancherò mai di dirlo, il web ti offre una visibilità senza precedenti esponendoti come mai prima d'ora nella pubblica piazza e questo per te se non lo è già deve diventare un enorme vantaggio.

Sul web navighiamo un'incredibile moltitudine di siti in un brevissimo lasso di tempo. Quanti di questi ad esempio, dicono chiaramente e in parole semplici "PIACERE IO SONO XY E QUESTO È CIÒ CHE FACCIO" ?

Prova a pensare agli ultimi siti che hai visitato mentre cercavi qualcosa, quanti di questi rispondevano a questa domanda basilare? Eppure il fatto che ci si debba presentare tra persone che non si conoscono è una delle prime cose che ci vengono insegnate da bambini!

Ti è mai capitato di sentire qualcuno citare Steve Jobs nelle situazioni più disparate?

Tutti hanno capito che lui era un visionario e questo perlomeno è il messaggio che è passato maggiormente negli anni, ma in pochi quando pensano a lui lo immaginano arrogante e sgradevole, fortemente antipatico e con una soglia di tolleranza veramente bassa nei confronti delle persone e delle cose.

Strano ma vero da quello che si dice in giro lui però **era proprio così la quasi totalità del tempo**, poi saliva sul palcoscenico e scriveva la storia facendosi ricordare proprio nella maniera in cui tu e io lo ricordiamo ora, gli bastavano una manciata di secondi per farti capire con chi avevi a che fare.

Questo è esattamente il risultato che tutti dovremmo cercare d'ottenere dalla nostra presenza Online anche perché il tempo concessoci dall'utente medio non è che sia poi tanto. Parliamo esattamente di una manciata di secondi ed è proprio la forza che dimostri in quel piccolissimo lasso di tempo a determinare il tuo successo o il tuo fallimento, proprio come nel caso di Bolt, il campione dei 100 metri.

Tornando a Steve Jobs, al di là di che persona fosse, una cosa è certa ed **evidente** propendeva indiscutibilmente verso l'eccellenza e tutti vorremmo riuscire ad essere efficaci,

belli e funzionali come i prodotti che lui ha progettato e venduto per anni su quel palco delle meraviglie dove presentandoli incantava un enorme numero di persone.

Oggi su quel palco ci si trovano tutti coloro abbiano un sito, un profilo social o una qualche presenza Online ma **qualcosa è indiscutibilmente cambiato e se prima sul palco ci salivi solo quando volevi e avevi qualcosa da dire, oggi, come ti dicevo in apertura, ti trovi praticamente costretto** a stare la, tutti i giorni tutto il giorno e questo costituisce a mio avviso il primo vero ostacolo per ogni attività, azienda, freelancer o uomo della strada che intenda stare su internet traendone reale vantaggio.

IL PROBLEMA DELLA GESTIONE DELLA TUA PRESENZA ONLINE

Nell'era di internet, dei Social Network, dei siti web e dei blog tutti vogliamo sapere qualcosa in più sul nostro interlocutore, chi è, cosa fa ora e cosa ha fatto in passato. Il problema però sta nel fatto che questo strumento di controllo tanto utile quanto incredibile rischia di danneggiarti se non capisci l'importanza della **gestione della tua presenza Online**. In passato se volevo vedere chi eri mi trovavo costretto a recarmi da te in sede, vedevo il tuo ufficio, osservavo i tuoi collaboratori e riuscivo a farmi un'idea. Oggi tutto questo avviene online in poche frazioni di secondo e se la tua comunicazione non è efficace hai perso ancora prima di iniziare.

Comprendere il proprio livello di esposizione digitale e saperlo gestire con una corretta comunicazione rappresenta **la sfida a cui nessun azienda al mondo può sottrarsi**. I fatti recenti ci dimostrano proprio questo, **chi è riuscito a esporsi correttamente oggi ha raccolto i frutti del lavoro fatto**. Non occorre guardare troppo indietro per scoprire piccoli blog evolversi in riviste online a tre zeri, piccole comunità evolversi in strutture aziendali di successo e così via..

Se non lo hai già fatto devi entrare nell'ottica delle idee che internet oggi ti permette di avere tutta la visibilità che ti occorre.

Sino a qualche anno fa vinceva chi poteva acquistare la maggior visibilità possibile sparando a zero i suoi messaggi ed è semplice comprendere come una grossa multinazionale avesse più chance di una micro realtà locale avendo a disposizione i soldi per esporsi in giornali e

televisioni.

Quello che sino a ieri era il problema dei più, la visibilità, oggi è diventato il punto di partenza equo e meritocratico alla portata di tutti, lo strumento non è più un problema e chiunque, anche senza conoscenze pregresse, può avere un sito, un blog o essere presente con successo su una qualunque delle tantissime piattaforme social a disposizione in rete.

Se hai provato a gestire la tua **presenza online** ti sarai accorto sin da subito che questo non è sufficiente a far funzionare meglio il tuo Business. Il motivo la maggior parte delle volte è abbastanza semplice, il successo è determinato dalla **qualità della tua presenza online** ed è questo che devi curare se intendi sfruttare le possibilità di crescita che oggi il web ti offre.

Ma come è possibile comunicare con efficacia sul internet?

Ecco che a questo proposito quello che *ti sto per svelare è uno dei miei più cari segreti..* Oggi proprio mentre scrivo mi occupo attivamente di diverse aziende, sono in direzione marketing per un importante franchising, seguo la SEO di una multinazionale estera, sono consulente per diverse PMI e società di comunicazione ho una moglie, un bambino ed è inutile dirti che sono molto soddisfatto del mio lavoro. (Vuoi anche che ho iniziato facendo il cameriere nei peggior ristoranti ☹)

Per me la svolta è arrivata il giorno che ho visto un video su youtube. È stato proprio un video di Steve Jobs ad aprirmi la strada che mi ha permesso di fare oggi il lavoro più bello sulla faccia della terra!

Nel video che ti mostro ora proprio lui, in pochissime parole, ti dice prima e ti mostra poi, **come creare la miglior strategia di Marketing di sempre**. Questo è uno dei video più incredibili e densi di valore che io abbia mai trovato in rete...

LA STRATEGIA DEL RACCONTARE I PROPRI VALORI

Ho iniziato a credere nella strategia di comunicazione dei propri valori da subito e ne ho sentito parlare altrettanto presto in più occasioni. D'altronde quando cresci i "valori" ti si presentano spesso davanti, scommetto che nessuna di queste parole ti suona nuova..

i valori della famiglia, i buoni valori, ci vogliono valori, i valori umani, e così via..

Se ci pensi persino i soldi hanno un valore e sono proprio le cose di valore a far girare il mondo ecco perché se riesci a mettere del valore in quello che vendi avrai

sicuramente successo.



PER ME E PER I MIEI CLIENTI
HA GIÀ FUNZIONATO!
Come ti sentiresti se avessi già lanciato
anche tu il tuo prodotto con successo ?

**VERIFICA ISTANTANEAMENTE
la mia disponibilità!**

FAMMI VEDERE

Ne avevo sentito parlare tanto, credevo abbastanza, quando arrivò il momento nel quale, difficile come pochi, mi sono trovato in estremo imbarazzo quasi a balbettare cazzate davanti a quella semplice domanda..

Tu chi sei?

Quando un potenziale cliente ti fa una domanda del genere una cosa è certa, vuole rispondere alle sue **vere** preoccupazioni, queste sono solo alcune:

- Cosa hai in più degli altri ?
- Perché dovrei darti i miei soldi ?
- Dimostrami d'essere affidabile ?
- Sei quello che fa al caso mio ?

- Sei ciò che stavo cercando ?

Ogni venditore sa che se riesce a superare quest'ostacolo la sua vendita è sempre più vicina! e non a caso proprio Jeffrey Gitomer a questo proposito ha scritto un gran bel libro chiamato "Sales Bible".

Non mi stupirebbe sapere che ti ci sei trovato nella stessa situazione anche tu più d'una volta!

È la prima cosa che ogni sconosciuto ti chiede e se non lo fa direttamente con molte probabilità maschera questa domanda con mille altre.

TU CHI SEI?

Quando tengo un seminario, una lezione o partecipo ad un congresso non esiste per me momento migliore di quello nel quale guardando negli occhi i miei interlocutori e con la curiosità di un bambino chiedo .. **tu chi sei?**

Le risposte sono le più disparate ma per lo più si suddividono in queste tre macro aree:

- > *chi ti parla di lavoro,*
- > *chi di famiglia,*
- > *chi di cosa fa o ha appena fatto.*

Una cosa è certa, **è davvero raro che qualcuno risponda dicendo chi è veramente.** Non ti sarà difficile trovarti d'accordo con me quando dico che questo comportamento è tutto fuorché banale!

Steve Jobs in questo video dice una cosa sacrosanta, **il nostro successo è direttamente proporzionale alla corretta espressione dei nostri valori.**

Questo passaggio è, a mio avviso e non solo, **la più grande lezione di Marketing del secolo**, rappresenta il cuore del problema e disegna uno scenario di successo concreto qualora si riesca a risolvere questo enigma, delicatissimo e complicato al tempo stesso.

Il premio è l'eccellenza, l'ostacolo una semplice domanda, incredibile non trovi?

Non sono l'unico a credere che quest'affermazione sia la base del successo della sua azienda e infatti se segui un po' più avanti nel video è proprio lui a dirlo.

La sua affermazione ci sta sta esprimendo un concetto tanto semplice quanto indispensabile, **tanto meglio "rappresenti" i valori ai quali il tuo business è legato tanto più il tuo**

Business ha possibilità di decollare e dato che tutti vogliamo un business al top e a dire queste parole non è il primo che capita sono decisamente convinto che l'argomento valga la pena d'essere trattato.

Ma come è possibile far decollare un Business esprimendo correttamente i propri valori?

COPIARE E TRARRE ISPIRAZIONE

Un passaggio cruciale in questo video lo trovi al minuto 1.42, con estrema chiarezza e senza imbrarazzo Steve dice, il meglio del meglio dal punto di vista del marketing oggi è indubbiamente il lavoro che nike sta portando avanti, non vendono scarpe, vendono comodità.

Se ci pensi non è così scontato che qualcuno ammetta così chiaramente *“abbiamo copiato quest'aspetto e lo abbiamo riprodotto”* non trovi?

Prova a pensare a che paradosso.. nel 1980, forse più di oggi prendere troppa ispirazione dal lavoro di altri ti esponeva tantissimo e copiare, soprattutto per una grande azienda, veniva considerato qualcosa di estremamente denigrante forse ancora più di oggi.

Oggi paradossalmente prendere ispirazione è molto più facile e talvolta accettato che allora ma in pochissimi lo fanno bene e chi lo fa, la maggior parte delle volte, non è per niente ben visto dato che lo fa male.

Questo suo approccio è stato davvero coraggioso e sicuramente premiante, quante volte hai sentito qualcuno ammettere di aver usato qualcosa di estremamente bello e ben fatto da altri senza spacciarlo per roba sua?

Facendo così Steve ti ha fatto capire che lui gioca a carte scoperte, senza trucchi o segreti. Questo è decisamente quello che tutte le aziende dovrebbero fare sul proprio sito web.

Hanno replicato il meccanismo comunicativo di Nike, per lo più dichiarandolo, e nessuno gli ha dato dei ladroni, e sai perché?

Semplice, lo hanno fatto mettendoci del loro.

Sapevano rispondere così bene alla domanda *“chi sei?”* che hanno rappresentato i loro valori aziendali creando lo spot più efficace e bello di sempre guadagnandosi di fatto un successo senza precedenti.

Esporsi con efficacia nel marketing al tempo del web è lo scopo di ogni azione di comunicazione fatta per incrementare il giro d'affari e infatti sino a ieri nessuno cosciente dei possibili danni si sarebbe esposto al pubblico male o giusto per farlo. Peccato che oggi su internet dobbiamo esserci tutti perché non esserci significa avere qualcosa da nascondere o che non va. Ecco il grande rischio, la visibilità per forza.

IL PROBLEMA DELLA VISIBILITÀ PER FORZA

Facile a dirsi che chi oggi non possiede un sito web o comunque una presenza online non è visto di buon occhio quasi avesse qualcosa da nascondere. A differenza di ciò che poteva accadere in passato, in tanti si trovano quasi costretti ad **abitare forzatamente spazi "espositivi" di massa** al fine di poter essere inclusi in questo pseudo standard di affidabilità collettiva dove tutti hanno un sito che non si capisce bene a cosa serve.

Essere presenti in rete è diventato un must (manco fosse una festa imperdibile) e questo metodo di standardizzazione del pensiero collettivo segue le dinamiche sociali esposte molto bene da Robert Cialdini quando parla del principio d'uguaglianza :

"se tutti fanno così, lo faccio anch'io così mi uniformo alla massa e non vengo visto come diverso".

E da qui la corsa ad essere presenti su internet ad ogni costo e con ogni mezzo..

C'è chi si fa fare il sito dal cugino, chi se lo fa da solo, chi si affida a società e così via.. insomma, tutti devono essere presenti, tutti devono avere quello strumento utile a fare presenza/rappresentanza sul world wide web quasi che l'essere presenti fosse più importante del beneficio ottenibile dall'**essere presenti efficacemente**.

In linea di massima **il pensiero comune parla chiaro**, in primis devo esserci, poi, quando avrò soldi tempo e modo per esserci bene si vedrà il da farsi. Praticamente come acquistare una macchina solo perché tutti ne hanno una senza preoccuparsi ne di quale sia la destinazione, ne se funzioni.

Quando sono cresciuto, durante i miei studi in facoltà il professore di estetica un giorno disse (non a caso) *"Ricorda, se non hai niente da dire e meglio che stai zitto"*.

Non è difficile essere pienamente d'accordo con quest'affermazione (molto probabilmente ti

troverà d'accordo anche a te) ma haimè oggi questo risulta tanto saggio quanto inapplicabile, come faccio a stare zitto se qualcosa la devo dire per forza? La risposta per il 90% delle aziende oggi su internet diventa una soltanto: faccio il minor danno possibile o al massimo qualcosa che non disturbi nessuno. Ecco spiegato il motivo per il quale sul web esiste così tanta inefficienza.

il mondo del Business, delle aziende e dei consumatori ti vuole su internet a tutti i costi e per raggiungere la tranquillità sociale capisci che devi partecipare attivamente nel gioco della comunicazione online per forza dove tutti cercano e in pochi, anzi si fanno trovare dotati di qualcosa di realmente interessante.

Il fenomeno della visibilità forzata ha messo dunque tanta carne al fuoco e oggi più che mai il motto della campagna apple risulta valido è incredibilmente efficace, mi riferisco al "Think different (pensa differente)".

L'aspetto principale che deriva dall'analisi di questo scenario è evidente, oggi la tua azienda, proprio come la maggior parte delle aziende presenti in rete se vuole avere una qualche chance di successo deve distinguersi dalla concorrenza **mettendo in luce i valori all'interno di un progetto che funzioni. Diversamente non ci si potrà mai avvantaggiare dell'incredibile opportunità che il web oggi rappresenta.**

A questo proposito, conoscevi quell'uomo in copertina a questo post? è il 40° presidente dell'Uruguay, si chiama José Mujica ed è stato il miglior presidente del mondo.