



Strategia e Sviluppo



Andrea Pambianchi
www.ciwias.it

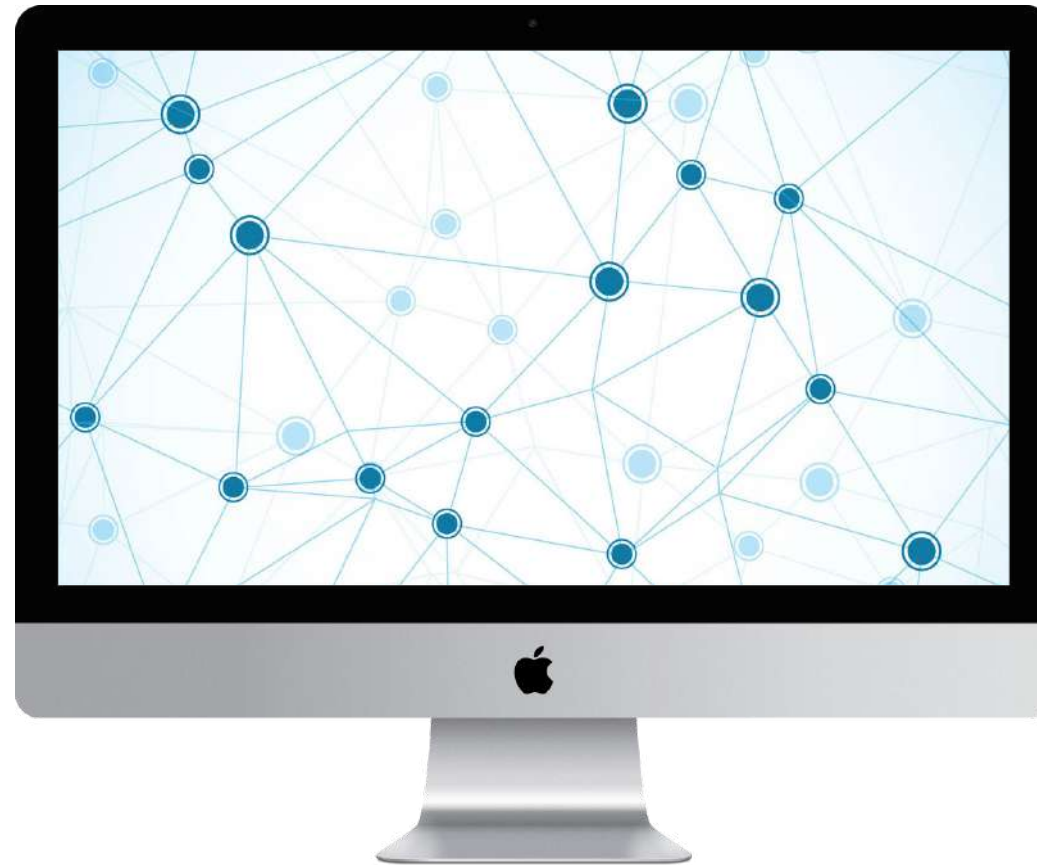
MSA - Manager Sportivi Associati
Oct. 2021

UNIRE I PUNTINI



UNIRE I PUNTINI

Quasi mai però sono numerati e consequenziali...



ANALIZZARE LO SCENARIO



Mercato - Competitor - Minacce - Opportunità

Forze e Debolezze probabilmente le individuerai dopo e le aggiornerai di continuo

In ogni caso oggi il tuo Competitor più grande è:

IL MERCATO dell'ATTENZIONE



Le Aziende investono miliardi in SPAZI e CREATIVITY per cercare di accaparrarsi POCHI SECONDI di ATTENZIONE

Il Venditore di Fazzoletti

Fermo al semaforo lotta ogni giorno per catturare **l'attenzione** e **vendere** il suo prodotto avendo a disposizione **pochissimo tempo dedicato**.



C'è troppa **PUBBLICITA'**.



C'è poco **TEMPO**.



Ci sono troppi **PRODOTTI**.

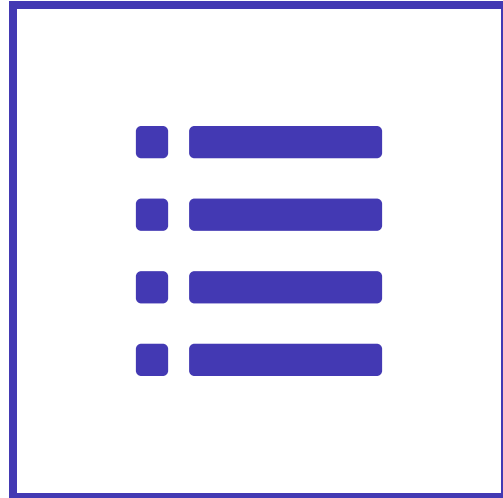


C'è poca **ATTENZIONE**.

Sviluppare una Strategia di Posizionamento



**E' importante
identificare il tuo
MERCATO.**



**Di quante categorie è
composto.**



**In quale Categoria ti
vuoi posizionare.**



**Chi è il Leader in
quella Categoria.**
(se c'è)

E' fondamentale conoscere il Contesto per individuare la tua montagna, e verificare se è idonea.

QUALCHE CONSIGLIO

CREATE UNA **RELAZIONE COSTANTE E DI FIDUCIA** CON LE VOSTRE BUYER PERSONAS.

1 Definire Obiettivi e Target

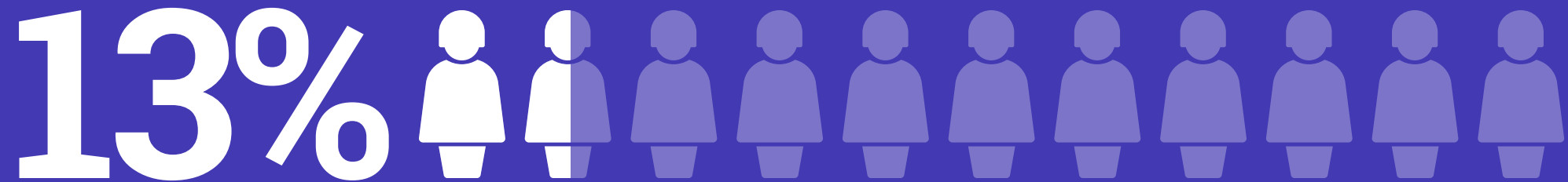
2 Comunicare **SEMPRE** per attirare l'attenzione !

3 Comunicare **VALORI, DIFFERENZE** e il **PERCHE'**.

4 Mantenere **COSTANTE** l'attenzione e aperto il **DIALOGO**.

L'IMPORTANZA DEL TEAM

ma anche della tecnologia, outsourcing, freelance e dei non-generalisti.



IL PIANO B



PIVOTTARE - EXIT STRATEGY - RISCHIO CALCOLATO

Sempre pronti a tutto !

START WITH WHY

<https://youtu.be/qp0HIF3SfI4>

Video

LA DIFFERENZA ?



MARKETING STRATEGICO



MARKETING e COMUNICAZIONE



MARKETING e VENDITE

LA DIFFERENZA !

Marketing STRATEGICO

Il **BRAND POSITIONING** per capire ancora prima di produrre ed andare sul Mercato quale vuole essere il **POSIZIONAMENTO STRATEGICO** dell'Azienda ed a cascata dei suoi prodotti in base ai **VALORI** e al **PERCHE'** si presenta sul mercato.

Marketing e COMUNICAZIONE

E' una strategia di **LUNGO TERMINE** caratterizzata da **contenuti, tattiche e tecniche** studiate in base al contesto per

- Catturare **ATTENZIONE**.
- Comunicare **VALORI**.
- Creare **RELAZIONE**.

“Marketing” e VENDITE

Tattiche (poco innovative) per influire nel **BREVE TERMINE** l'andamento delle vendite.

Praticamente gli **sconti SottoCosto** e le **promozioni** che terminano domenica di cui sono rimasti solo 30 pezzi. (**Urgenza e Scarsità**)



Andrea Pambianchi

Presidente CIWAS Conf_Wellness
Ambassador - IHRSA
Co.Owner - Dabliu Roma

@ andrea@dabliu.com

+39.393.833.66.48

f Andrea Pambianchi

in Andrea Pambianchi