



l'attività di consulenza

il marketing operativo

Un viaggio in sei tappe, passo dopo passo

La consulenza manageriale (o di direzione) è una sorta di viaggio, di volo, di percorso che l'impresa compie al fianco del suo consulente.

Si sviluppa tipicamente in sei specifiche tappe, la prima delle quali permette alle parti di prendere contatto e conoscersi. Il consulente avrà così modo di calarsi all'interno dell'azienda, evidenziando eventuali forze e debolezze interne oltre a potenziali opportunità e minacce del mercato, per poi svolgere la propria attività in stretta collaborazione o in completa autonomia a seconda degli incarichi assunti.



Incontro
Formazione
Innovazione
Immagine
Comunicazione
Strumenti

Le successive fasi sono l'occasione per mettere in atto le azioni individuate durante la prima fase di conoscenza e studio. Il consulente si attiva per mettere in pratica tutta una serie di azioni propedeutiche finalizzate a migliorare le performance e, dove necessario, risolvere criticità soddisfacendo le richieste del cliente.

Il viaggio termina, salvo nei casi in cui l'intervento è limitato alla sola analisi consulenziale, con l'attivazione dei necessari strumenti operativi. Lavorando nel marketing e nella comunicazione, il ruolo del consulente può quindi evolvere, ricevendo l'incarico di sviluppare specifici strumenti oppure operare direttamente sul campo per conto dell'azienda cliente.



Incontro

Una seria attività consulenziale, per definirsi tale, si sviluppa a seguito di una specifica fase di conoscenza e studio. Ogni impresa è unica nel suo genere, come uniche sono le persone in essa impiegate. Sono diversi anche i mercati dove ogni azienda opera e nulla può essere dato per scontato o lasciato al caso.

Conoscere il proprio cliente e il suo settore di appartenenza è fondamentale per poter intraprendere qualsiasi percorso di consulenza, soprattutto quando si parla di marketing e di comunicazione d'impresa. Non si tratta di applicare formule matematiche imparate a memoria ma trovare linguaggi, strumenti e metodologie ritagliate su misura caso per caso. Per dare voce ad un'impresa è necessario viverla e conoscerla.

L'incontro permette di comprendersi, fidarsi reciprocamente e quindi provare a raggiungere insieme gli obiettivi.

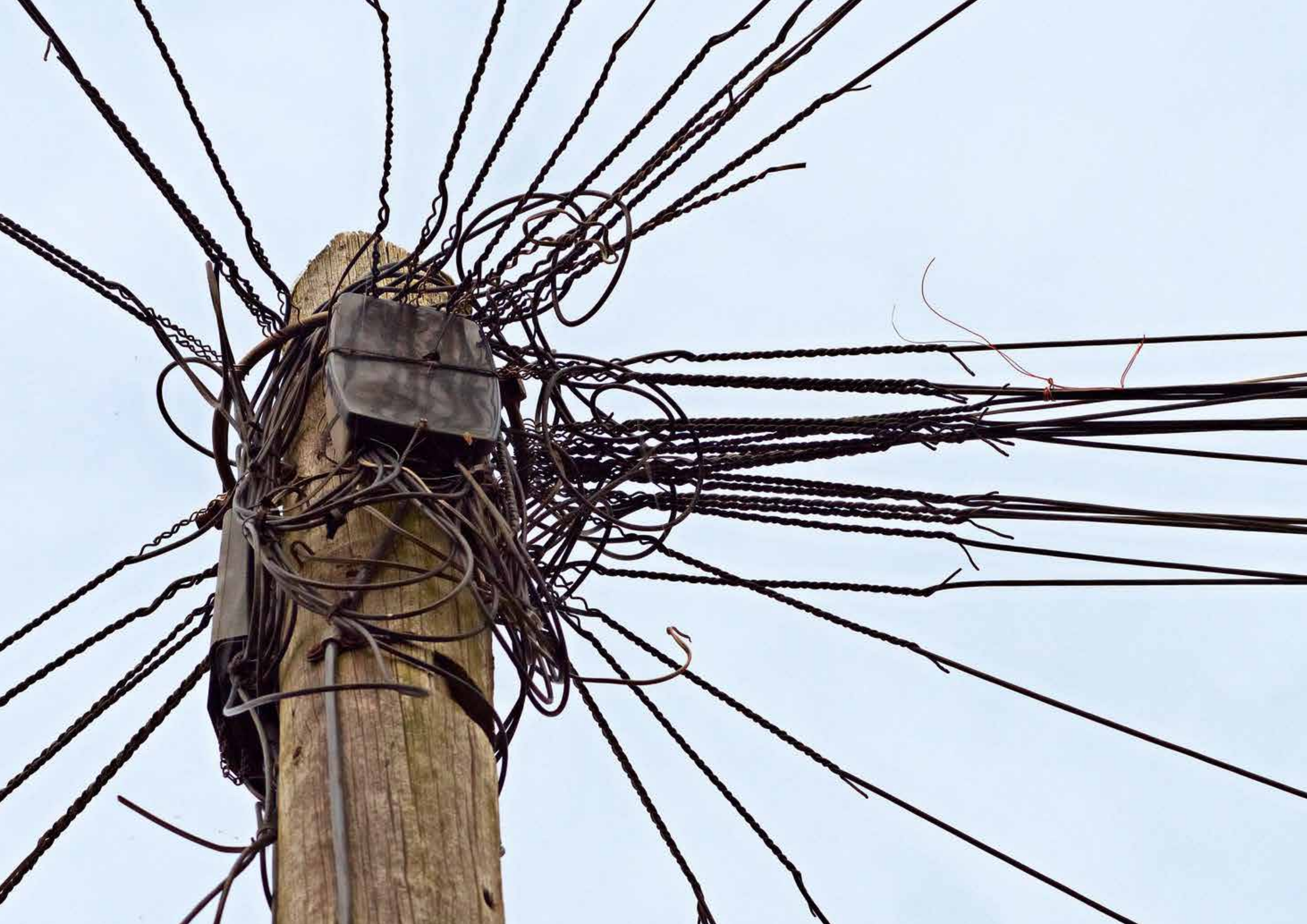


Formazione

Aggiornamento professionale e organizzazione sono due aspetti che vengono spesso accomunati in quanto strettamente legati all'aspetto più umano dell'impresa. Questa si compone di persone e il successo di squadra si raggiunge attraverso la condivisione, l'organizzazione e la valorizzazione delle competenze interne.

Ma non solo a livello operativo, cioè legato al classico “chi fa cosa, e come”, ma anche a livello strategico in quanto l'impresa, con i suoi uomini e le sue donne, deve saper pianificare definendo priorità, target e tempistiche.

Il ruolo del consulente, in questa specifica fase, è fondamentale in quanto persona competente e padrona nell'utilizzo di modelli di riferimento, analisi di mercato e metodi di coordinamento capaci di garantire risposte concrete.

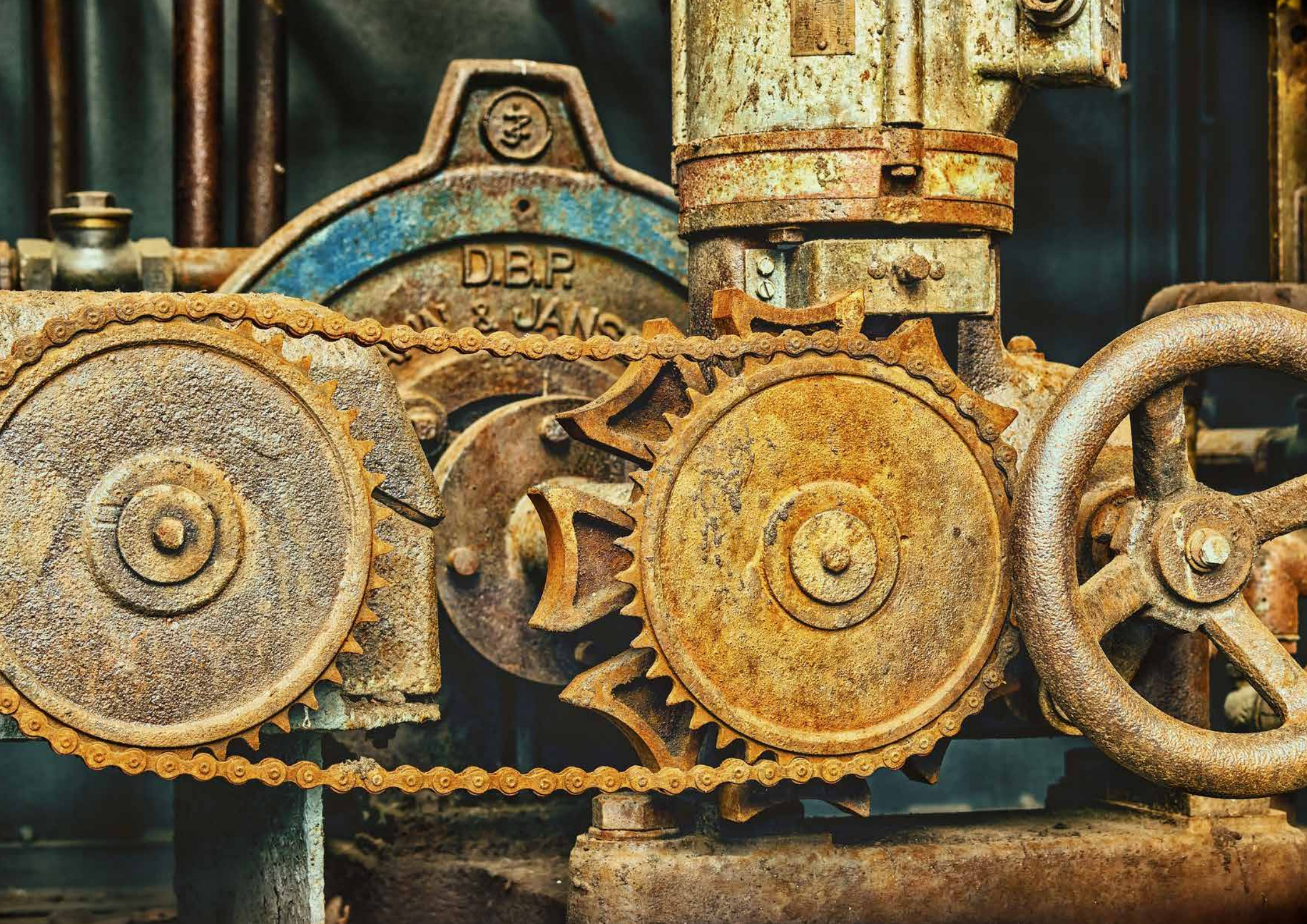


Innovazione

Le attività di relazione sono considerate ancora oggi metodiche estremamente efficaci per creare impresa e sviluppare mercati. Sono capaci di stimolare il “passa parola”, tecnica promozionale ancora oggi molto proficua in quanto capace di toccare vari aspetti legati al cliente in quanto persona.

Innovare significa integrare in azienda nuovi modelli operativi, nuove procedure ma anche nuovi strumenti, intesi come opportunità per competere meglio sul mercato, lavorando soprattutto per agevolare relazioni solide ed efficaci.

L'innovazione passa pertanto attraverso un approccio che vede l'informazione al centro di ogni azione con i relativi strumenti di analisi e monitoraggio. Lo scambio corretto delle informazioni, all'interno e fuori l'impresa, permette di ottimizzare i processi e quindi migliorare le performance.



D.B.P.
& JANS



Immagine

Quello della mela è il classico esempio che si utilizza per spiegare l'importanza di adottare una corretta immagine per la nostra impresa. A parità di consistenza, succosità e dolcezza, ma che possiamo apprezzare solo dopo averla consumata, quale mela vi attrae di più?

Il mercato si compone di persone che, al netto di quello che possiamo raccontare, ci guardano dall'esterno e la prima cosa che osservano è la nostra immagine che, ai loro occhi, è rappresentativa del nostro essere impresa.

Costruire una buona immagine serve a rappresentare al meglio le nostre caratteristiche distintive e il nostro essere utili ed affidabili. Un'immagine trasparente e moderna, supportata da strumenti di lavoro e comunicazione chiari e coordinati, aiuta ad abbattere le barriere e trasmettere il nostro essere professionisti.



Comunicazione

Per avere successo non sempre basta vantare solide basi e dotare la struttura di organizzazione, immagine ed efficienza. Il mercato potrebbe non riconoscerci e l'impresa subire questa situazione.

Un negozio, senza una vetrina e un'insegna, nella maggior parte dei casi risulterebbe invisibile ai più. La stessa cosa accade per le imprese che non dedicano tempo e spazio alle attività di comunicazione e promozione.

Sapersi aprire al mercato, presentarsi e raccontarsi con il corretto tono di voce non è certamente scontato, ma è fondamentale per fare breccia in mercati spesso saturi e competitivi. L'attività consulenziale affianca le imprese sia nella fase di costruzione dei messaggi, sia durante tutte le fasi della loro veicolazione, compreso il monitoraggio dei risultati e la gestione delle criticità.

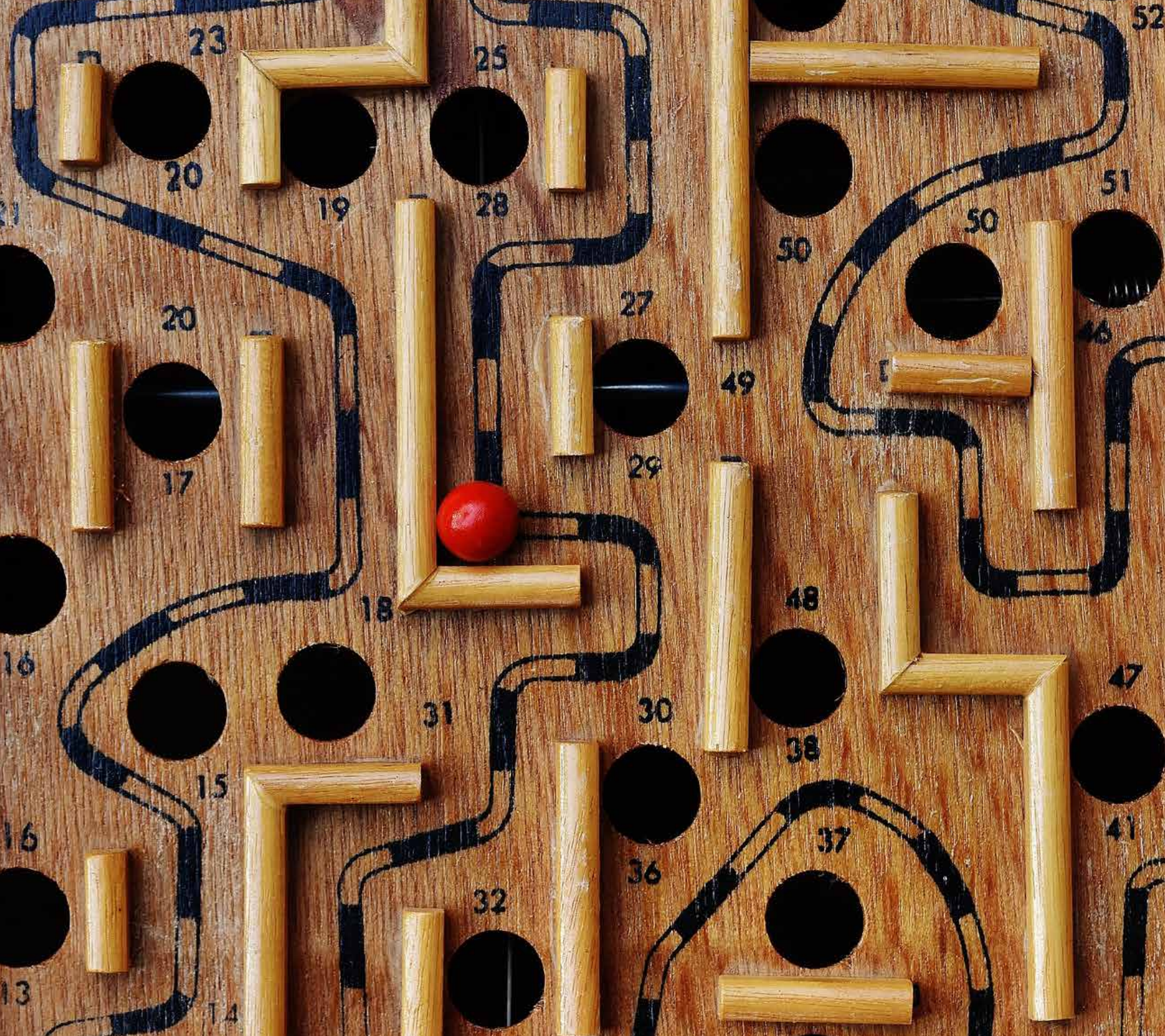
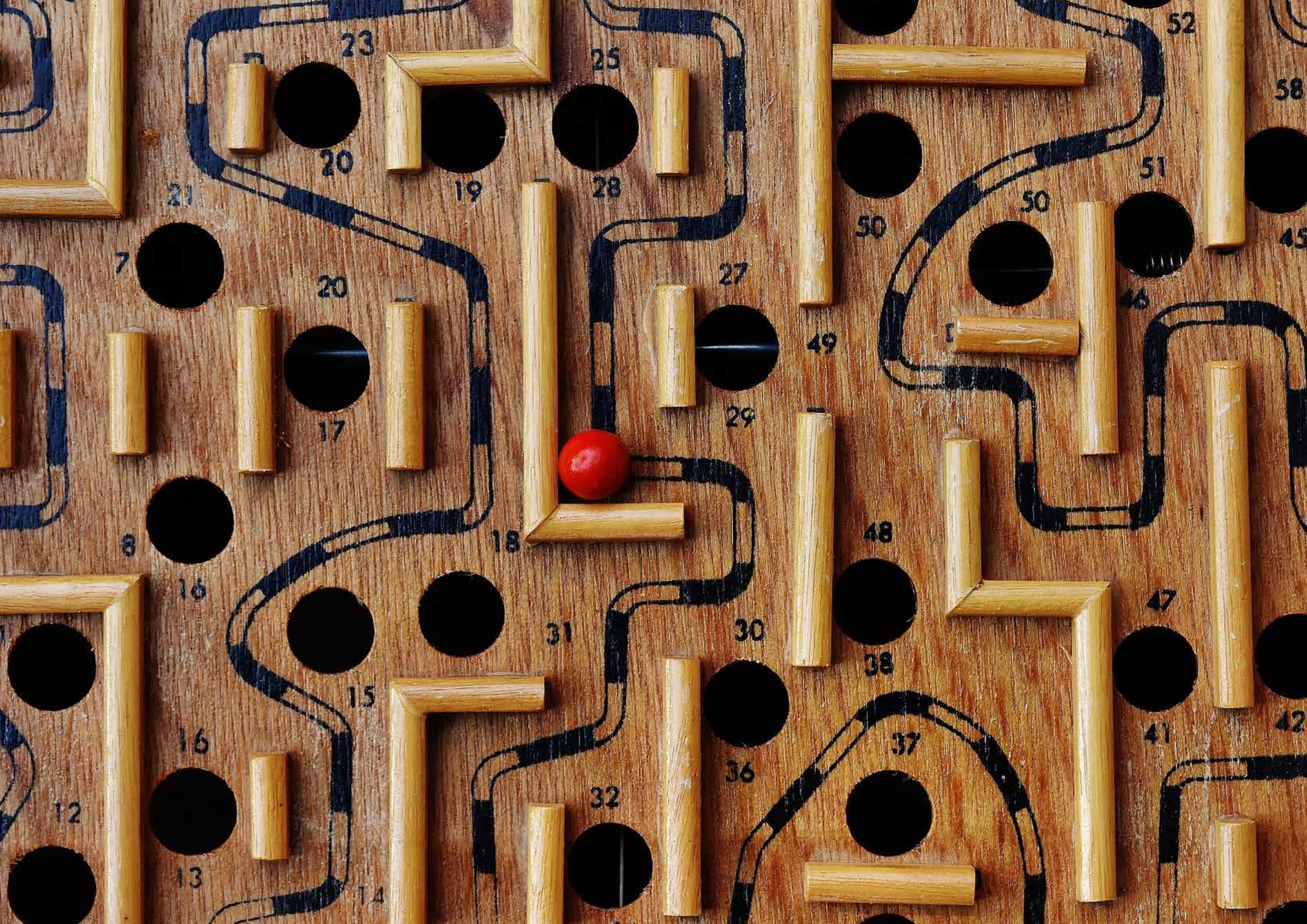


Strumenti

Confezionato il prodotto (alias l'impresa), si arriva all'ultima tappa del nostro viaggio: la scelta degli strumenti per percorrere l'ultimo tratto di strada che ci porterà definitivamente agli obiettivi pianificati.

La scelta e lo sviluppo degli strumenti di marketing, sia di tipo tradizionale sia online, viene effettuata tenendo conto di attente analisi del mercato e della concorrenza, premiando quei percorsi che guardano alla multicanalità. Non solo, una volta scelti questi strumenti è necessario utilizzarli con sapienza e controllo, seguendo corrette metodologie operative e formando, se necessario, il personale per garantire indipendenza e continuità nel tempo.

Infine, una corretta attività di assistenza operativa in affiancamento deve prevedere specifiche strategie di monitoraggio con la possibilità di introdurre rapidamente eventuali correttivi anche in corso d'opera.





www.ufficiomarketing.it

Segui il mio blog professionale dove puoi trovare un pratico consiglio e un supporto concreto in tema di marketing, media e nuove tecnologie applicate al mondo lavorativo.



[linkedin.com/in/stefanobertani70](https://www.linkedin.com/in/stefanobertani70)
[linkedin.com/company/ufficiomarketing-it](https://www.linkedin.com/company/ufficiomarketing-it)



[facebook.com/ufficiomarketing.it](https://www.facebook.com/ufficiomarketing.it)



twitter.com/stebertani

Per saperne di più



+39.375.6527409



stefano.bertani@ufficiomarketing.it
stefano.bertani@sbdì.it

Appunti

Il mio biglietto da visita



um ufficiomarketing.it[®]

