

# COME MIGLIORARE LA GESTIONE DEI CLIENTI

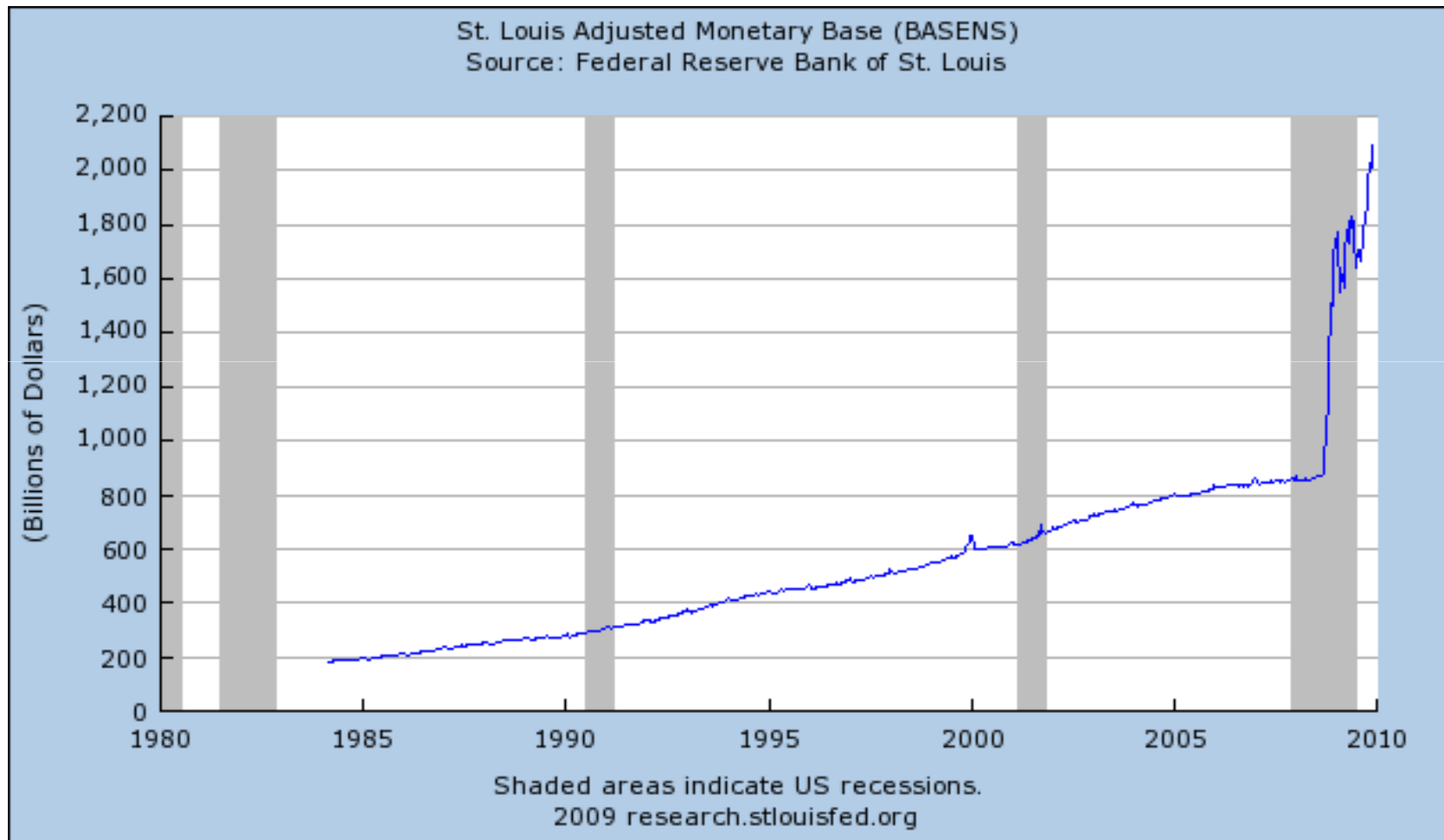


AFFRONTARE L'ATTUALE SCENARIO ECONOMICO



© 2003 Walker & Arnold - stonechives.com

# VALORE DOLLARI IMMESSI SUL MERCATO



**6.800.000.000**  
**siamo in troppi**



**+30% offerta**

**-3% domanda**

# IL GRANDE PROBLEMA DELLE AZIENDE

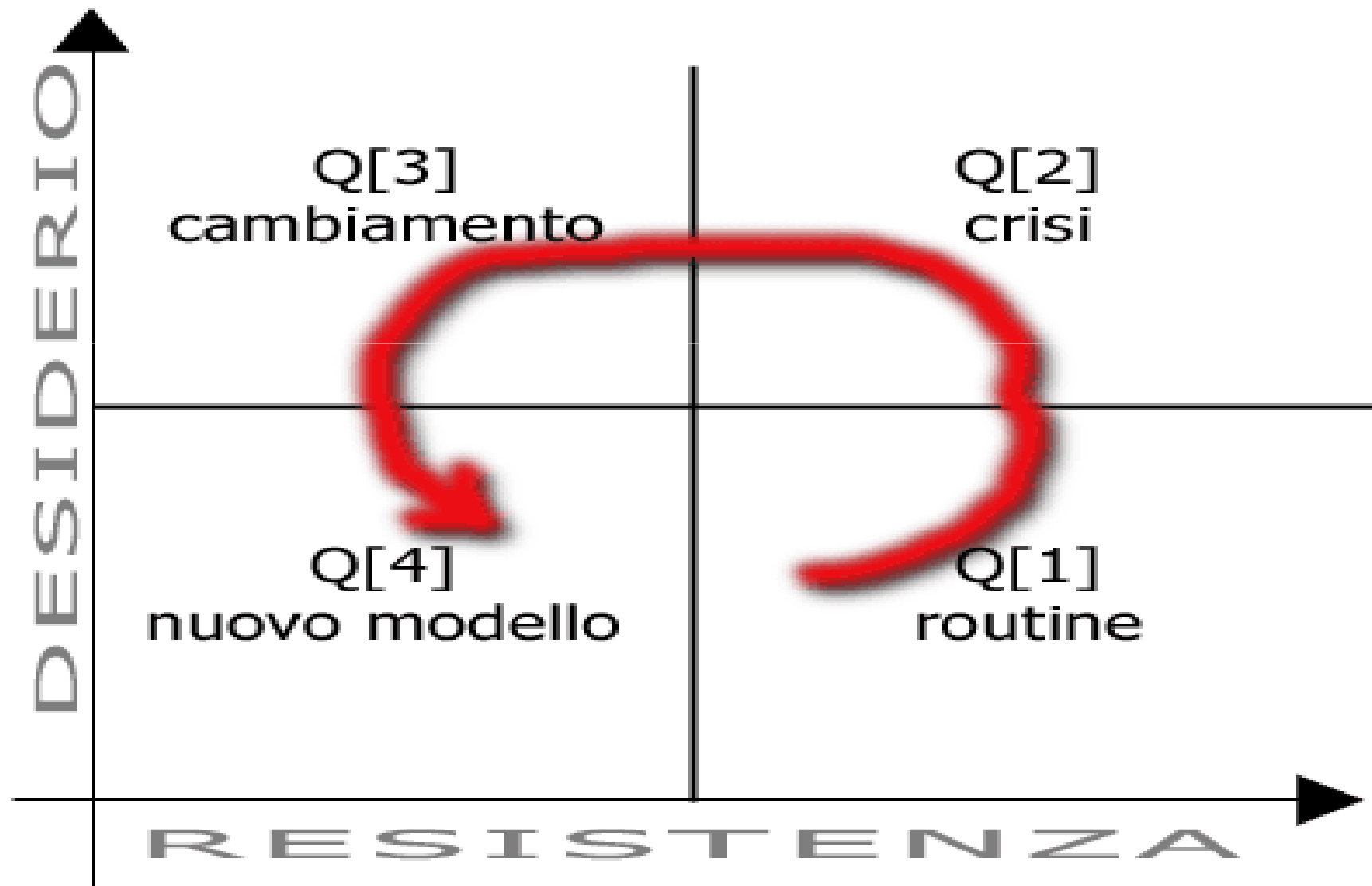
**Nella società del surplus (la nostra)  
si è in presenza di un surplus di  
aziende simili, con persone simili  
che offrono prodotti simili,  
con qualità simile  
ad un prezzo... simile...**



- **1.21.046** pole
- **1.22.256** 4/5° fila
- **1.25.859** sei OUT



# QUANDO SI TORNA ALLA NORMALITA'?



*“Non è il più forte della specie,  
e neppure il più intelligente  
che sopravvive,*

*ma il*

*più Reattivo  
al Cambiamento”*

*Charles Darwin*



# COSA SERVE FARE OGGI?

AZIONI CHE ACCOMUNANO LE AZIENDE IN CRESCITA OGGI

- **AFFRONTARE IL CAMBIAMENTO**  
(TU E IL TUO GRUPPO)
- **ABILITA' IN MARKETING & VENDITE**  
(MIGLIORE GESTIONE DEL CLIENTE)
- **GESTIONE FINANZIARIA**  
(ABILITA' MANAGERIALE - LAVORA SUL BREAK EVEN)
- **USCIRE DALLA ZONA DI COMFORT**  
(TUTTI)

# COME E' CAMBIATO IL MERCATO



- **DA FEDELTA' INVOLONTARIA**
- **A INFEDelta' VOLONTARIA**
- **A FEDELTA' VOLONTARIA (no time)**

# Dissolvenza di clientela

64%

Disserv

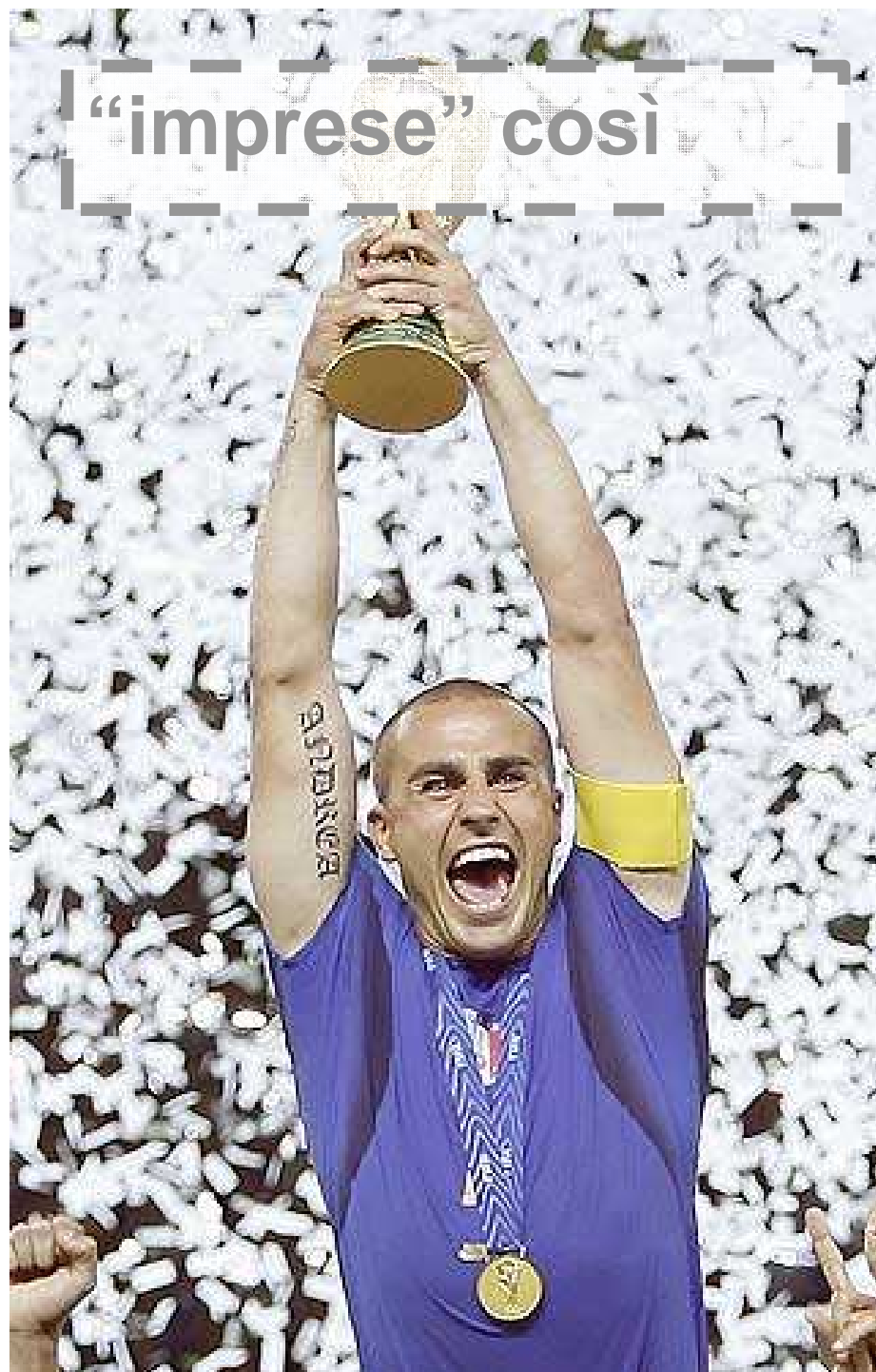
izio

**SE CON TE NON LAVORANO LE PERSONE GIUSTE  
(!) PARLARE DI IMPRESA E PARLARE DI NIENTE È  
LA STESSA COSA**



**CREATORI  
COLLABORATORI  
RESPONSABILI**

**DISSIPATORI  
SCOLLABORATORI  
PROBLEMABILI**



“imprese” così



ambasciatori “cosà”

# **ATTEGGIAMENTO CHE APPREZZANO GLI ALTRI IN TE (E ANCHE TU NEGLI ALTRI)**

- SENSO DI URGENZA
- NON SENTIRSI MAI ARRIVATO
- FLESSIBILITA' AL CAMBIAMENTO
  - FARE PRIMA DI AVERE
- ATTEGGIAMENTO NO PROBLEM

# IL CICLO DELL'ACQUISTO





---

In una società sovraffollata di comunicazione  
(e di offerta) il vero valore risiede nel saper  
creare una salda  
**relazione con il cliente**  
**a tutti i livelli dell'azienda**



Quali sono le idee buone (per crescere) nel mercato di oggi!?



**- 5 % defezioni  
= + 25 % utili**

Fonte: <http://www.hbritalia.it/>

**Le orecchie gliele “stappi” SEMPRE tu !!!**



**Qualità Tecnica/Percepita**



TUTTE  
COSE  
INUTILI!

**QUELLO CHE  
CONTA È  
QUELLO CHE  
PENSA  
QUELLO CHE  
PAGA!!!**

47% della popolazione ritiene che le aziende non raccontino la verità nella pubblicità

76% dei casi le persone non procedono ad un acquisto se prima non hanno ascoltato il parere favorevole di un loro conoscente

Source: the lonely customer,



# I MERCATI SONO CONVERSAZIONI

The screenshot shows a Google Groups thread titled "volo roma-madrid". The thread contains several messages from users including Encrino, Hanss, Carla Polastro, Aladar, Mamo (R), Kappas, and Giannib. The messages discuss the requirements for an Italian driving license to be used in Spain for a flight from Rome to Madrid. Several messages are followed by a yellow banner that reads: "Nota: L'autore di questo messaggio ha richiesto che non sia archiviato. Questo messaggio verrà eliminato dai Gruppi in 3 giorni (22 Feb, 11:49)." or similar dates. The thread ends with a "Fine" status.

[www.google.it](http://www.google.it) - HOTEL MILANO

€ 379 per camera per notte

Giudizio ospiti 6.9

CHI CI VA PIU'?????

# **PROVA A PENSARE**

**OGGI HO IDEATO UN NUOVO  
PRODOTTO O SERVIZIO**

**BELIEVE**

**NON HO INCARICATO UN TALENTO DI  
SEGUIRLO, NON SO COSA NE PENSANO I  
MIEI CLIENTI, PENSO SOLO AI MIEI  
INTERESSI (DEVO FARE UTILI)...**

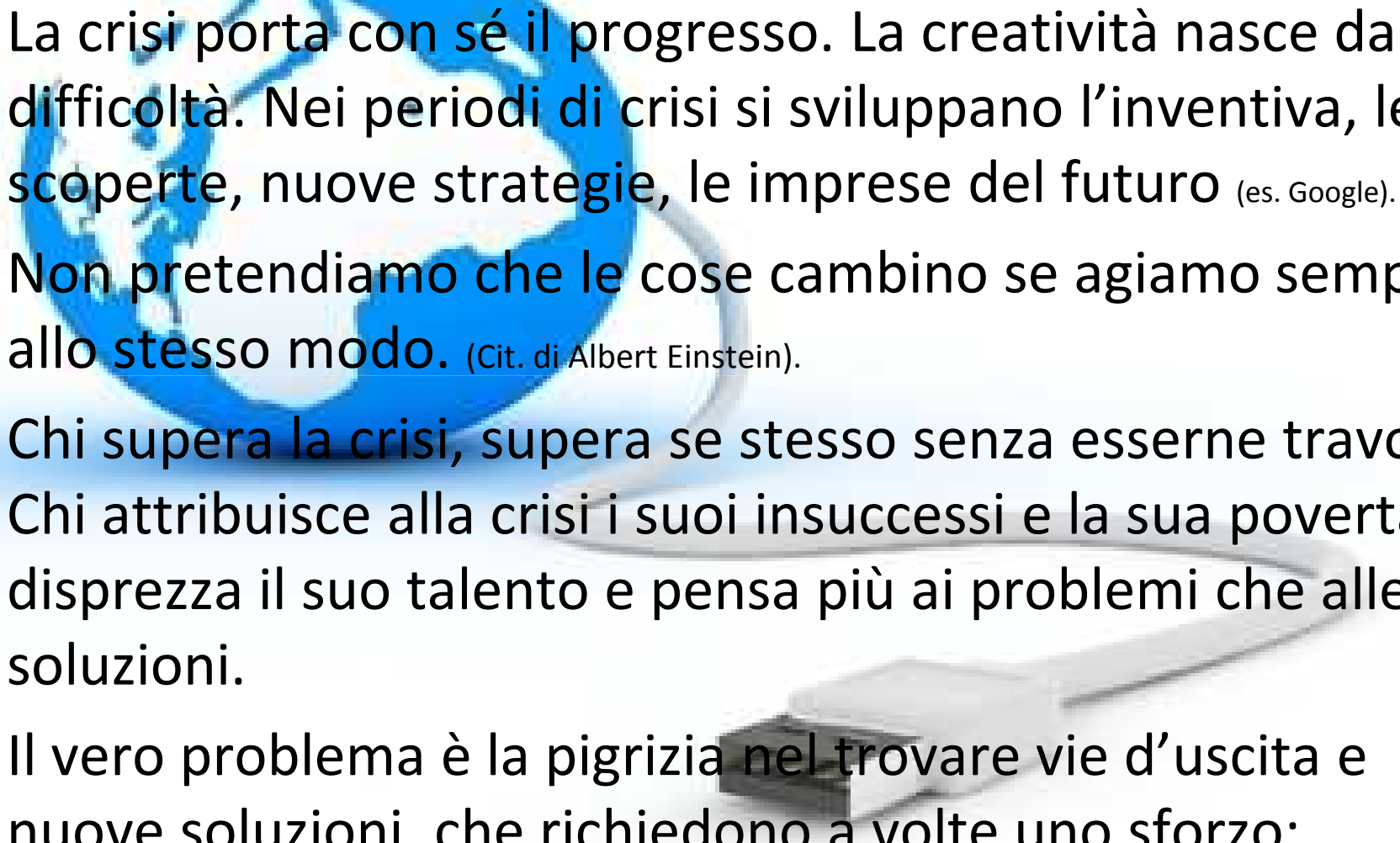


## Banks: Market Cap



# COME LA PENSANO IN MOLTI

(ME COMPRESO)

- 
- La crisi porta con sé il progresso. La creatività nasce dalle difficoltà. Nei periodi di crisi si sviluppano l'inventiva, le scoperte, nuove strategie, le imprese del futuro (es. Google).
  - Non pretendiamo che le cose cambino se agiamo sempre allo stesso modo. (Cit. di Albert Einstein).
  - Chi supera la crisi, supera se stesso senza esserne travolto. Chi attribuisce alla crisi i suoi insuccessi e la sua povertà, disprezza il suo talento e pensa più ai problemi che alle soluzioni.
  - Il vero problema è la pigrizia nel trovare vie d'uscita e nuove soluzioni, che richiedono a volte uno sforzo:  
**affrontare le conseguenze delle proprie scelte.**
-

**LA MAGGIOR PARTE  
DEL TEMPO  
PENSIAMO...**





Changes  
NEXT EXIT ↗

- VOLONTA' DI CAMBIARE E MIGLIORARE, IN PRIMIS SE STESSI
- SAPER SCEGLIERE E ATTRARRE, BUONI COLLABORATORI E BUONI CLIENTI

Quello che fa crescere una impresa  
è l'impulso che TU le dai  
e non le procedure che metti  
per evitare di soccombere

- “La mia vision è  
ridurre i costi ...”



# **AVERE UNA VISION/STRATEGIA**

- 1. Occupati delle Cause interne**
- 2. Scomodità: affronta ciò che non funziona. Esci dalla zona di comfort**
- 3. Misura le tue performance e non giustificare – affronta il vero problema**
- 4. Abbraccia il marketing**
  - A) Ascolta il cliente – cosa ha valore per lui?**
  - B) Vero interesse per il cliente genera le esigenze sopite che ti portano a vendere**
- 5. Gestione finanziaria: porta ORA i costi sotto al break even**
- 6. Studia e migliora te stesso**

**LA COMMODITY (il bene) PIU' IMPORTANTE:  
NON ARRIVA GRATIS**



**PRESERVARE LA TUA VITALITA' E' LA COSA PIU'  
IMPORTANTE PER LO SVILUPPO DELLA TUA AZIENDA**

**NON PUOI PERMETTERTI DI PERDERLA O  
BARATTARLA PER NESSUN MOTIVO AL MONDO**

# COSA PUOI FARE OGGI?

- SE VUOI CHE LE COSE CAMBINO  
PER PRIMA COSA  
DEVI CAMBIARE TU

- *“Dipende da te: puoi credere di farcela o credere di non farcela, in entrambi i casi i fatti ti daranno ragione”* H. Ford - 1929

**YES**

# Non perdiamoci di vista ;-)



[www.opensourcemanagement.it](http://www.opensourcemanagement.it)

Mail to: [d.baldi@osmanagement.it](mailto:d.baldi@osmanagement.it)