Tre leve per esplodere il fatturato. Sì, ma parliamone...

di Assunta Incarnato

Pubblicato il 28 Aprile 2020

Uno sguardo alle tre leve per aumentare il fatturato aziendale, come descritte dal consulente di marketing strategico Jay Abraham.
Come si può agire su tali leve? Su quali clienti si va ad intervenire?

Jay Abraham, noto consulente nel campo del marketing strategico, usa spesso parlare nei suoi interventi di tre leve che potenzialmente possono aumentare il fatturato di un'azienda.

Più specificatamente possono aumentare:

- il numero dei clienti
- la loro frequenza di acquisto
- il loro ciclo di vita.

Utilizzando quindi il marketing strategico con iniziative mirate, è possibile agire su una o più leve per conseguire un sensibile aumento di fatturato.

Ovviamente, è una tesi condivisibile che, se ben applicata, può generare risultati importanti.

Tuttavia, **non può essere applicata indiscriminatamente, senza avere nessuna consapevolezza sul modello di Business di un'azienda.**

Il modello di Business infatti è quel mix di elementi alla base di un'azienda che permettono alla stessa di creare valore: valore per i clienti, valore per i collaboratori, valore per i partner strategici, valore per il macroambiente sociale ed economico.

Valore che non deve intendersi in senso astratto, ma che si esprime e trova un riscontro tangibile in primis nei numeri di bilancio.

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

Il modello di Business, in altre parole, è lo storyboard che racconta **la storia di come l'azienda catturi e trasmetta valore: è quindi essenziale che qualsiasi strategia attuata sia coerente con esso.**

In questo articolo, quindi, vedremo alcune necessarie accortezze per utilizzare correttamente le suddette leve, in modo da non creare danni.

Che tipo di clienti aumentare?

Potenzialmente un'azienda ha una banca dati clienti infinita.

Certo, probabilmente un piccolo studio professionale potrebbe averne poche decine, al massimo un centinaio, fino ad arrivare alla grande multinazionale, con una banca dati di centinaia di migliaia di clienti.

Tuttavia, non tutti i clienti sono uguali, e non tutti meritano la stessa attenzione.

Ci sono clienti che sono perfettamente in linea con il posizionamento dell'azi

Abbonati per poter continuare a leggere questo articolo

Progettato e realizzato da professionisti, per i professionisti, ogni piano di abbonamento comprende:

- contenuti autorevoli, puntuali, chiari per aiutarti nel tuo lavoro di tutti i giorni
- videoconferenza, per aggiornarti e ottenere crediti formativi
- una serie di prodotti gratuiti, sconti e offerte riservate agli abbonati
- due newsletter giornaliere

A partire da 15€ al mese

Scegli il tuo abbonamento

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D