

IL MERCATO E' CAMBIATO

6 errori che compie chi ha una attività propria

-

WORKBOOK



Il mercato è cambiato

INDICE

1. Le 3 ricette usate fino ad oggi
2. Errore 1 Lamentarsi degli altri
3. Errore 2 Restare piccoli e fragili
4. Errore 3 «lo non so vendere»
5. Errore 4 «Guadagno già abbastanza»
6. Errore 5 «Ci pensa il mio commercialista»
7. Errore 6 «Sono sempre in emergenza»
8. Conclusione e training finale



Le 3 ricette usate fino ad oggi

Le regole del gioco sono cambiate



- ✓ **Gara al ribasso.** Che prodotto o servizio stai scontando senza reale motivo oppure stai svalutando:

- ✓ **Iper-specializzazione.** A quale prodotto o servizio stai dedicando un'inutile dispendio di energia e denaro, a fronte di scarsi miglioramenti. E' un prodotto/servizio che il cliente chiede o che piace solo a te?

- ✓ **Nulla, stiamo a vedere.** Cosa stai rimandando per paura o cosa stai tenendo lontano perché fuori dalla tua zona di confort



1

Lamentarsi degli altri

Se vuoi che le cose cambino, PRIMA CAMBIA TU



- Da chi stai imparando per fare meglio?

- Stai studiando dalla concorrenza?

- Hai un piano scritto dei tuoi obiettivi per i prossimi 5 anni? Se la risposta è no, ti serviranno più di 4 righe ;-)

- Hai pianificato come fare utili, e come?

- Perché fai ciò che fai, quale è il tuo scopo finale?



2

Senza organizzazione

SEI TROPPO DEBOLE

per vincere davvero

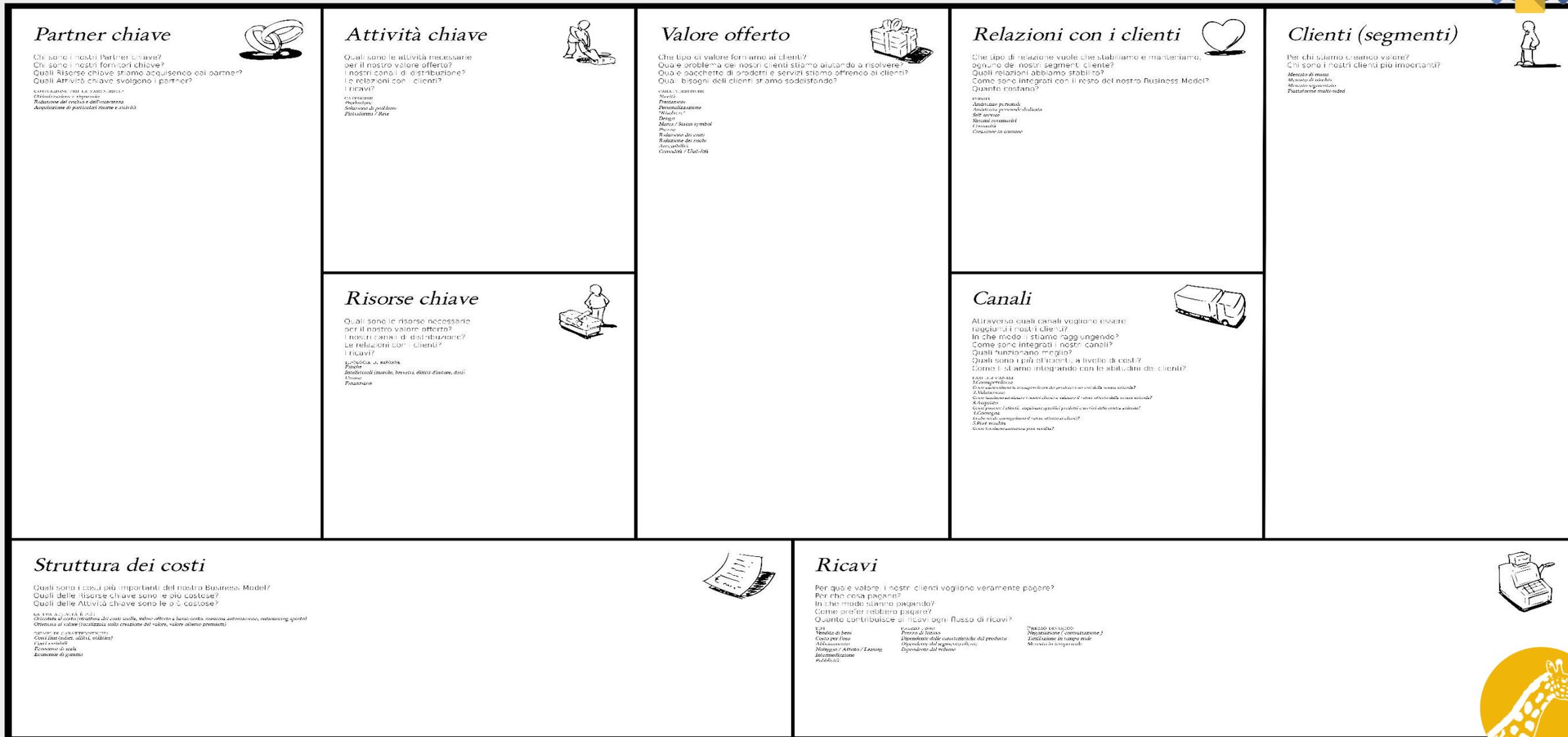


Il Business Model Canvas

Progettato per:

Progettato da:

Il:
Iterazione:



Chi collabora con te lo fa per ...?

- Denaro?

- Per comodità?

- Per passione?

- Per affetto e stima verso di te?

- Come immagini il tuo business tra 5 anni?
Come sarà la tua attività tra 5 anni?

- Chi saranno i tuoi clienti?

- Guadagnerai di più o di meno e da quali servizi/prodotti?



3

lo non so

VENDERE

«salvo invidiare chi sa farlo»



- Come gestisci obiezioni e segnali di chiusura?

- Quanti libri di vendita hai letto negli ultimi 2 anni?

- Quanto tempo passi ad ascoltare i clienti?

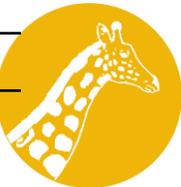
Prima di spendere denaro in pubblicità, chiediti:

- Cosa desiderano i tuoi clienti?

- Ogni quanto comunichi con loro?

- In cosa sei unico per loro?

- Che problemi risolvi?



lo guadagno

GIÀ ABBASTANZA

E se potessi guadagnare di più, quanto vorresti di più?

E se potessi lavorare meno, quanto vorresti?



4

Sono uguale ai miei concorrenti,
indistinto tra tanti

MANICHINI



3 azioni che hai fatto fino ad ora per mettere in evidenza la tua unicità?

- Azione 1

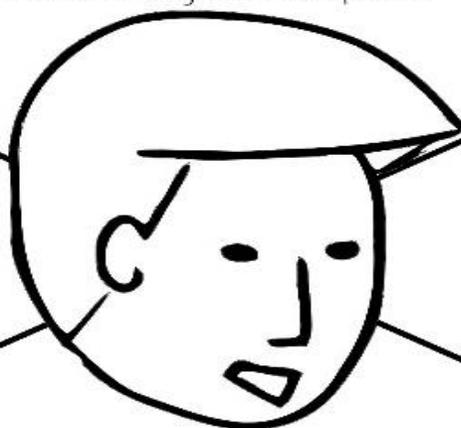
- Azione 2

- Azione 3



Che cosa pensa? Come si sente?

A che cosa dà importanza / valore?
Immagina le sue emozioni.
Cosa lo tiene sveglio la notte?
Descrivi i suoi sogni e le sue aspirazioni



Cosa sente?

Cosa dicono i suoi amici?
Chi sono i suoi influenzatori e come lo fanno?
Quali media sono influenti?

Cosa vede?

A che cosa assomiglia?
Chi lo circonda?
Chi sono i suoi amici?
A che tipi di offerte è esposto?
Quali problemi incontra?

Cosa dice? Cosa fa?

Qual'è il suo atteggiamento?
Che cosa potrebbe dire agli altri?
Attenzione ai conflitti tra ciò che dice e ciò che sente o pensa!

Sofferenza

Quali sono le sue frustrazioni?
Che cosa ostacola i suoi desideri e le sue necessità?
Quali rischi ha paura di affrontare?

Guadagno

Che cosa vuole veramente?
Come misura il suo successo?
Pensa alle strategie che potrebbe usare per raggiungere i suoi scopi.



5

Alla finanza ci pensa il mio
COMMERCIALISTA

Fatturato, Utile, Liquidità



- Quanto rende ogni cliente in media?

- Hai uno scadenziario scritto delle spese?

- Hai entrate multicanale?

- Conosci la differenza tra fatturato, utili e liquidità?

- Quali di questi 3 è più importante nel tuo business e perché?

- Sei sicuro di aver saturato tutta la tua capacità di leva finanziaria?



6

Vorrei una giornata di 26h

**ORMAI SI LAVORA SOLO IN
EMERGENZA**





FAI IL VIDEOCORSO

ESTIRE IL
TEMPO

Come essere più produttivi



il passaparola
è il miglior marketing
che esista però bisogna
far parlare di se'





Nel **1985** negli Stati Uniti, in California, l'imprenditore **Ivan Misner** ha l'esigenza di aumentare la sua rete di contatti e quindi il suo business.

Fonda **BNI** (Business Network International), azienda che da 33 anni è protagonista nel panorama mondiale del **MARKETING RELAZIONALE E REFERENZIALE**.

In **Italia** BNI è presente dal 2003.



CONCLUSIONE E TRAINING FINALE

... perché il mercato è cambiato ed ora cambi tu



TRAINING FINALE

• Cosa farò _____

• Cosa non farò più _____

• Cosa modificherò _____

