

NON MI FREGHI

*Il vademecum per una
scelta consapevole
del proprio
Consulente marketing*



Affidarsi ad un Consulente marketing è una scelta estremamente importante. Da questa figura e/o dalla sua Agenzia dipendono **le sorti del tuo fatturato**. Per evitare di decidere solo in base all'empatia, vediamo in questa guida quali sono gli aspetti oggettivi più importanti da **valutare, richiedere, pretendere**.

Dimostralo

Promettere risultati non è mai un buon segnale: il marketing non è una scienza esatta, ma dipende da molti fattori, spesso incontrollabili. Un buon metro per valutare un Consulente è richiedere di dimostrare dei casi studio concreti di altri suoi clienti. Meglio se avvalorati da qualche testimonianza.

Gli asset

Sito web, pagine social, grafiche, immagini, video, loghi sono tue proprietà. Informati e pretendi di averne la disponibilità. Il dominio del sito deve essere intestato a te, richiedi preventivamente l'auth. code per un eventuale trasferimento, fatti nominare amministratore delle pagine e profili social (anche nel Business Manager) e, se servono, richiedi i file nativi delle grafiche.

Dati

La privacy è un ambito delicato. Per non incappare in sanzioni Il tuo Consulente deve essere nominato Responsabile del trattamento mediante apposito atto di nomina e deve adottare o invitarti ad adottare le misure necessarie al loro trattamento.

In particolare sui dati sensibili dei tuoi clienti, sui cookies rilasciati dal tuo sito e sulla conservazione degli stessi.

Confini

Chiedi sempre dove inizia e dove finisce l'attività del Consulente.

Per una campagna social da 100€, quanto è l'importo dedicato alla campagna e quanto è l'importo per retribuire il Consulente?

Stai al centro

Fatti coinvolgere dal tuo Consulente.

Anche se te ne intendi poco, chiedi di essere rendicontato sulle attività svolte con dei report, dei dati, degli incontri strategici (almeno 1 al mese).

Focus

Su cosa vi state concentrando? L'errore più classico è dedicare troppo tempo alla creatività e poco al marketing.

Per acquisire clienti è del tutto inutile spendere ore a studiare come modificare il logo, il font, la grafica e altri dettagli puramente soggettivi.

Se il tuo Consulente si concentra principalmente su questi aspetti o asseconda la tua voglia di dedicarti a questi esercizi di stile, non sta apportando valore al tuo business.

Scatola chiusa

Ogni strumento di promozione/comunicazione va testato. Anche dopo un'attenta analisi, ogni strumento che si decide di attivare necessita di essere messo alla prova sul tuo mercato. Acquistare a priori un numero predefinito di: pubblicazioni, invii, campagne sponsorizzate, uscite, attività, senza avere preventivato un periodo iniziale di test è un rischio troppo grande per le tue economie.

Secondo me

Diffida del Consulente che ti dà sempre ragione o segue in modo pedissequo le tue direttive senza fornirti il suo punto di vista tecnico o strategico. Tu non ti occupi di marketing e non puoi essere tu a dire al tuo Consulente cosa occorre fare.

Secondo lui

Allo stesso modo, diffida del Consulente che ti consiglia sulla base del suo sentimento e non sulla base dei dati del tuo mercato. La scelta di uno strumento, una strategia, un'attività di marketing, non può basarsi sul "secondo me funzionerebbe", ma deve essere ancorato a qualche dato/caso concreto.

Report

I like sui social, le visualizzazioni di una pagina, le interazioni con un post, i volantini consegnati, il tot numero di parole indicizzate, sono dati che analizzati da soli non vogliono dire nulla e spesso sono solo fumo negli occhi del cliente per dimostrargli che si è lavorato tanto, ma che, in realtà, mascherano un impegno che non ti sta portando nulla.

Informati sulle metriche che servono davvero, che, come avrai capito, non sono certamente quelle viste sopra.

Non TU

Spesso il tuo marketing va a rilento perchè il tuo Consulente ti chiede materiali, testi, foto, contenuti da inviargli. Tu hai già il tuo lavoro da portare avanti, non sai come produrre i contenuti richiesti e tutto si arena.

La capacità del Consulente è soprattutto quella di intervenire dove non riesci tu, semplificandoti la vita, risolvendo con altri metodi una situazione che rischia di incagliarsi.

Deciditi!

Non hai sposato nessuno, è solo un rapporto di lavoro. Se non sei soddisfatto del tuo Consulente attuale, dei risultati del tuo marketing, cambia! Spesso si rimane ancorati ad una situazione traballante per timore del cambiamento. È la tua azienda, sono i tuoi soldi, è la tua reputazione. Se non sei soddisfatto, non sperare che le cose cambino da sole. Cambia tu! A partire dal Consulente. Stai certo che potrà solo farti bene.

Ora che conosci su quali aspetti occorra essere più attenti,
puoi ponderare la scelta del tuo Consulente
in modo più consapevole.
Se hai ancora qualche dubbio, parliamone!

info@strategiecommerciali.net

011 197.80.255 338 40.36.779

