

Contributi di esperti

Prof. Dr. H. Holland: «Dieci trend nel marketing dialogico»





Autore
Prof. Dr. Heinrich Holland

holland-consulting@online.de
www.holland-consult.de

Il marketing dialogico è una disciplina dinamica che deve adeguarsi costantemente agli sviluppi in atto. Le innovazioni tecniche e le mutate condizioni di mercato pongono le imprese di fronte a nuove sfide. L'esperto di marketing dialogico Prof. Dr. Heinrich Holland ha pubblicato nella rivista specializzata ONEtoONE un articolo con i principali trend del settore. Eccone una sintesi.

Trend 1: mercati di nicchia con prodotti intercambiabili

I mercati si differenziano sempre più e le aziende con le proprie offerte, spesso intercambiabili, devono rivolgersi a nicchie di mercato sempre più piccole, che possono raggiungere solo con modalità dirette. «È finita l'era del marketing di massa: infatti non esistono più le masse», afferma il Prof. Dr. Heinrich Holland.

Suggerimento: attuate un marketing dialogico veramente personalizzato e trattate i clienti come degli individui. In questo modo verrete ascoltati anche in caso di eccessivo flusso di informazioni.

Trend 2: controllo dei risultati

Soprattutto nei periodi economicamente difficili le imprese non sono più disposte a investire in strumenti di marketing i cui risultati non siano chiaramente misurabili. Grazie all'orientamento alle risposte, il marketing dialogico offre ottime possibilità di controllare i risultati.

Suggerimento: sfruttate questa occasione e controllate in modo preciso il successo dei vostri strumenti dialogici. E testatevi avvicinandovi sempre più all'approccio perfetto.

Trend 3: fedeltà in calo

La fedeltà dei consumatori verso i prodotti e le aziende è in netta diminuzione; molti di loro non vedono più grandi differenze tra i diversi marchi. Le imprese, attraverso il marketing dialogico e i sistemi di fidelizzazione clienti, cercano di accrescere la fedeltà verso il proprio marchio.

Suggerimento: i vostri clienti devono sentire di essere trattati bene; generate in loro una fedeltà su base emotiva attraverso il marketing relazionale.

Trend 4: eccessivo carico di informazioni

Il flusso informativo sempre più vasto che punta ad accaparrarsi consumatori in realtà genera nella maggioranza delle persone un sovraccarico di informazioni che le irrita e le rende insicure. Una comunicazione personalizzata e non «gridata», ma basata su un approccio personale, verrà ben accolta dai consumatori.

Suggerimento: anziché travolgere i destinatari, mettete a disposizione le informazioni che potranno essere ordinate o ritirate fisicamente – pull anziché push.

Trend 5: hardware e software

I programmi per memorizzare ed elaborare indirizzi e caratteristiche individuali offrono sempre nuove funzioni, sono sempre più facili da utilizzare e compatibili con altre applicazioni. I metodi di analisi dei dati clienti hanno subito un forte sviluppo e permettono di effettuare segmentazioni sempre più dettagliate e mirate.

Suggerimento: sfruttate le attuali possibilità tecniche e approfittate delle indicazioni ricavabili dai vostri dati clienti.

Trend 6: gestione database e CRM

Grazie agli sviluppi nell'ambito di hardware e software, si è conseguentemente evoluto anche il settore della gestione database. Solamente salvando le azioni e le reazioni tra azienda e clienti e disponendo di ampie conoscenze sui clienti, l'azienda può instaurare un dialogo individuale.

Suggerimento: dialogo significa reagire di fronte al proprio interlocutore. Salvate le reazioni dei vostri clienti e gestite così i vostri contatti, con l'obiettivo di curare un dialogo che duri nel tempo.

Trend 7: varietà dei media e marketing integrato

Negli ultimi anni la gamma dei media utilizzati dal marketing dialogico si è costantemente ampliata e il dialogo si svolge sempre più spesso online. Il marketing integrato ha un approccio globale e punta non tanto ad ottimizzare ogni singolo strumento di marketing, quanto ad ottenere la massima efficacia nel complesso.

Suggerimento: il cliente è libero di comunicare con voi attraverso qualsiasi mezzo. Assicuratevi che i media siano armonizzati e integrati fra loro e possano raffigurare i diversi punti di contatto con i vostri sistemi.

Trend 8: mutato comportamento d'acquisto

Internet ha modificato il comportamento d'acquisto delle persone e nello stesso tempo è aumentata il grado di accettazione dei consumatori verso gli strumenti dialogici.

Suggerimento: offrite ai vostri clienti diversi canali per l'acquisto dei vostri prodotti e fate attenzione che si integrino bene, in modo che inneschino un circolo virtuoso, anziché cannibalizzarsi a vicenda.

Trend 9: nuovi valori dei consumatori

Le persone hanno comportamenti sempre più individuali e sono sempre più imprevedibili. Cambiano spesso e velocemente il proprio comportamento e talvolta hanno esigenze ed interessi molto particolari. Questo trend può essere adeguatamente affrontato attraverso l'approccio individuale del marketing dialogico.

Suggerimento: rivolgetevi ai vostri clienti in modo personale e sottoponete loro offerte adeguate, per soddisfare la loro esigenza di individualismo.

Trend 10: sviluppo demografico

In quasi tutte le fasce di età sono in aumento i single. Le imprese devono trovare nuovi canali di contatto adeguati alla specifica situazione di vita dei single, fortemente individualista. Un'altra tendenza demografica è costituita dal forte aumento degli anziani.

Suggerimento: tenete in considerazione anche gli sviluppi demografici quando pianificate le vostre attività di acquisizione clienti.

Fonte: articolo [«Die aktuellen Trends des Dialogmarketings»](#), pubblicato nella rivista specializzata ONEtoONE 12/09, Autore: Prof. Dr. Heinrich Holland

Dieci trend nel mercato pubblicitario

[Download dei trend di AdCoach](#)

Altri trend su DirectPoint

[Cliccare e informarsi](#)

La Posta Svizzera
PostMail
Marketing diretto
Viktoriastrasse 21
3030 Berna

Telefono 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.posta.ch/directpoint