

SANDRO MAURO COTTARELLI



IO RILANCIO! FAQ

*Le giuste domande da porsi
per Lanciare o Rilanciare
la propria attività
nell'ottica del 21° secolo.*



*Agli studenti del percorso di
IORILANCIO! e Kresco&Sviluppo*

*A mia moglie Ella che mi sopporta e supporta, ai
miei figli che porterò con me nel mio viaggio e ai
miei genitori per avermi donato veramente tutto.*

Sommario

[Introduzione](#)

[Giuste domande](#)

[Fondare un'attività](#)

[Rilanciare un'attività](#)

[Dare forza ad un'attività](#)

[Le 4P del Marketing](#)

[P1 Posizione](#)

[P2 Prodotto/Servizio](#)

[P3 Prezzo](#)

[P4 Promozione \(Off-line\)](#)

[Se vuoi conoscermi](#)

[I Percorsi IORILANCIO!](#)



Sandro Mauro Cottarelli

Imprenditore

Consulente

Accompagnatore di Business

Copyright © 2014

by Sandro M. Cottarelli

Copyright © 2015

by CoMarketing – Sandro M. Cottarelli

Copyright © 2018

by Io Rilancio – Sandro M. Cottarelli

Copyright © Aggiornato 2020

by Io Rilancio – Sandro M. Cottarelli

Introduzione

L'inizio della crisi all'inizio del 21° secolo (nel 2008) mi costringeva a diminuire gli impegni con l'organizzazione di eventi sportivo/commerciali in quanto il settore delle sponsorizzazioni fu il primo a soffrirne, ma tutte le esperienze accumulate in quegli anni e i 20 precedenti mi convinsero a fare qualcosa che possa essere stata utile per le piccole e medie imprese, per gli imprenditori e aspiranti tali, che in quel periodo subivano con sofferenza (purtroppo ad oggi ancora non è finita), sia la crisi, ma soprattutto i **grandi cambiamenti** del mercato e dei suoi scenari futuri. Alla mia esperienza mancava ancora qualcosa, quel qualcosa che forse era proprio ciò che stava trasformando in maniera determinante il mercato attuale e che successivamente mi resi conto avrebbe

stravolto quello futuro. Internet e tutto ciò che girava intorno.

Il marketing tradizionale, bellissimo, con tutte le sue declinazioni stava subendo il nuovo, nasceva il web marketing, il social marketing e le automatizzazioni. Allora tre anni li ho dedicati allo studio e alla conoscenza di quest'ultimi e a dare vita a IORILANCIO! e poter definire la mia nuova missione ed affermare che...

...per lanciare o rilanciare la propria attività è necessario un piano di marketing e per costruirsi un buon piano di marketing è indispensabile porsi prima una serie di...

“Giuste domande”

Questo e-book vuole essere utile proprio in questo, ad aiutarti con una serie di domande relative ai vari aspetti del marketing tradizionale e successivamente alla nuova frontiera del marketing digitale della rete.

Chiameremo “attività” tutte quelle imprese che possono essere identificate in essa: azienda, libero professionista, negozio, agenzia, ristorante, bar, bottega artigiana, altro.

Il mio consiglio è quello di utilizzare questo e-book-faq attivamente, scrivendo le risposte ad ognuna delle domande, anche se a volte possono sembrare troppo semplici e/o scontate. Potrei darle io le risposte, ma un buon

coach aiuta il suo allievo a far emergere i suoi talenti e io sono sicuro che se stai leggendo questo e-book i talenti tu ce l'hai.

Inoltre scrivendo avrai la possibilità di elaborare idee e soluzioni che potranno tornarti utili in altri momenti, magari sottoscrivendo un piano di marketing, altrimenti diversamente dimenticate.

Non utilizzare fogli unici, organizza subito un bel quaderno dove analizzerai, progetterai e pianificherai il tuo rinnovamento in visione futuro.

Ricorda di:

- Guardare al passato;
- Pianificare il futuro;
- Affrontare la realtà;
- Decidere & Agire.

BUON DIVERTIMENTO

Il primo grosso e generale compito tocca a te!

Inizia a dare subito le tue risposte e agisci subito trovando le tue soluzioni, in seguito ti aiuterò anch'io.

Laddove le domande sono chiuse, dai risposte precise, il più preciso possibile, prenditi anche del tempo, non passare avanti senza aver risposto.

Dove trovi gli asterischi (*) dai almeno tre risposte.

Fondare un'attività

Una buona serie di domande prima di dar vita a qualsiasi business è un'operazione che darà il giusto avvio e slancio allo stesso.

1. Se da avviare, entro quanto tempo intendi dare vita alla tua attività?

.....

2. Hai una data ben definita?

.....

3. Hai preparato un piano dettagliato delle azioni da intraprendere?

.....

4. Hai un budget definito?

.....

5. Se si, quanto precisamente?
.....
6. Se no, definiscilo!
.....
7. Hai una riserva di budget?
.....
8. Se si, quanto precisamente?
.....
9. Se no, definiscila!
.....
10. Hai analizzato il tuo mercato di riferimento?.....
Fallo.....
11. Conosci i tuoi competitors, la potenziale concorrenza?
*Chi sono?.....

.....
.....
.....
Se no, osservali e studiali!
.....

12. Hai stilato un business plan?.....
Potrai iniziare dopo aver svolto bene questa fase di domande e risposte.
13. Hai un piano di azione?.....
Potrai iniziare dopo aver svolto bene questa fase di domande e risposte.

Rilanciare un'attività

Anche in questo caso partire dalle giuste domande ci darà un supporto primario e un potente chiarimento sulla strada da intraprendere per il suo rilancio.

1. Se già avviata, da quanto tempo esiste la tua attività?
.....
2. Hai guardato alla storia della tua attività?
3. Hai scritto questa storia?.....
Ti aiuterò a farlo se mi seguirai.
4. Hai pensato di condividerla con i familiari, con i collaboratori, con i clienti?
.....

5. Hai individuato i punti di forza della tua attività?

Fallo adesso, almeno quattro.

1).....

2).....

3).....

4).....

Hai individuato i punti di debolezza della tua attività?.....

Fallo adesso, almeno quattro.

1).....

2).....

3).....

4).....

6. Hai mai visitato attività simili alla tua, che godono di **successo**?.....

Inizia a farlo, ti arricchirà molto. Di solito non lo fa quasi nessuno.

7. Hai cercato di individuare quali sono i loro punti di forza?

Almeno 4:

1.
2.
3.
4.

8. Li hai analizzati?

Lo so, tutto questo è impegnativo, ma molto efficace, credimi.

9. Sono applicabili alla tua attività?
.....Valutalo.

10. Hai mai visitato attività simili alla tua, che godono di **insuccesso**?
..... Fai anche questo, seguimi!

11. Hai cercato di individuare quali sono i loro punti di debolezza?

Almeno 4:

1.
2.
3.

4.
12. Li hai analizzati?..... Fallo!
13. Sono evitabili nella tua attività?
.....
14. Se vuoi rilanciarla davvero, hai
fissato una data certa per
organizzare un evento dedicato e
mirato?.....
Individuala e scrivila, adesso
...../...../201.....
15. Hai preparato un piano
dettagliato delle azioni da
intraprendere?.....
Inizia a farlo
16. Anche in questo caso, hai un
budget definito?.....

17. Se no, definiscilo!
.....

18. Hai rianalizzato il tuo mercato di riferimento?.....
Si, devi rianalizzarlo daccapo, i mercati mutano.

19. Hai rianalizzato i competitors, la potenziale concorrenza?.....
Anche qui, stesso discorso
.....

20. Hai steso un piano di marketing innovativo?
.....
Prossimamente potremmo farlo insieme.

Ora Agisci!

Dare forza ad un'attività

Ci sono alcuni punti fondamentali nella guida di un'attività di successo, questi sono determinati in gran parte dalle modalità di comunicazione all'interno e all'esterno di essa.

1. Chi è il responsabile nella tua attività – **soprattutto** – chi comanda?

.....

2. Come è il rapporto interno con e fra i collaboratori?

.....

3. Come comunicate fra di voi?
Elenca le modalità e i mezzi utilizzati

.....

.....

.....

4. Come comunichi con i tuoi clienti attivi?

Elenca le modalità e i mezzi utilizzati

.....
.....
.....

5. Come comunichi con l'esterno – con i potenziali clienti?

Elenca le modalità e i mezzi utilizzati

.....
.....
.....

6. Comunichi il tuo brand?

.....

7. Condividi le tue intenzioni di sviluppo?

.....

Se sì, con chi precisamente?

.....

Se no, inizia a farlo!

8. Comunichi bene le tue promozioni?

.....
Come e con quali mezzi?
.....
.....
.....

9. Pianifichi un calendario ricorrente per la comunicazione delle tue azioni di marketing?

.....

10. Stabilisci degli obiettivi sull'acquisizione clienti?

.....

11. Stabilisci degli obiettivi per la crescita del fatturato?

.....

12.

13. Applichi azioni incentivanti per la
soddisfazione del cliente?

.....

14. Applichi azioni incentivanti per la
soddisfazione dei collaboratori?

.....

15. Applichi azioni incentivanti per la
soddisfazione del management?

.....

16. E per te stesso?

.....

17. Dedichi del tempo libero da
trascorrere con i collaboratori?

.....

18. Stabilisci e costruisci partnership con i tuoi fornitori?

.....

19. Organizzi eventi di divertimento condivisi con i tuoi clienti e collaboratori?

.....

“Fai sempre tutto quello che ti è sottoposto alle domande, la tua attività cambierà forma, assumerà nuovi colori e farà rumore, molto rumore.”

Parola di Sandro

BUON LAVORO

Crescita economica dell'attività

Una chiara definizione dei bisogni dell'attività permette di far crescere costantemente il proprio business.

1. Stabilisci un budget periodico per la crescita della tua azienda?.....
Se no, ti consiglio di farlo, se si quanto precisamente?
.....
2. Incrementi periodicamente questo budget in base al fatturato?.....
Ti consiglio di farlo, almeno del 5% ogni trimestre.
3. Hai mai programmato un'acquisizione clienti?
.....

4. Ti piacerebbe acquisire clienti nei prossimi 6/12 mesi?

.....

5. Se sì, che tipologia di clienti?
(definisci bene quale tipo di clientela desideri per il tuo business – sii chiaro)

.....

.....

.....

6. Se esistessero delle soluzioni per far sì che questo possa accadere, saresti disposto a prendere in considerazione dei piani operativi di sviluppo ed attenerti scrupolosamente – disciplinatamente – ad essi?

.....

7. Quanto ti rende – annualmente – ogni tuo cliente?
.....
8. Hai mai pensato di pianificare un budget in base al valore di ogni tuo cliente?
.....
9. Hai mai pensato di fidelizzare i tuoi clienti attuali?
.....
10. Sai che essi sono la prima forza della tua attività?
.....
11. Investiresti su di essi?
.....

12. Pagheresti per acquisire nuovi clienti?

.....

13. Quanto saresti disposto a pagare per ognuno di essi?

.....

RICORDATI: il tuo business è come un figlio, non fargli mancare mai nulla!

Le 4 P del Marketing

P = Posizione Off-line

Le domande da porsi per un buon posizionamento del proprio business

1. La tua attività è visibile?
.....
2. È facilmente raggiungibile?
.....
3. Gode di una posizione strategica?
.....
4. È situata nei pressi della concorrenza?
.....

5. Ha parcheggi sufficienti in rapporto alle dimensioni?
.....
6. Ci sono ostacoli agli ingressi?
.....
7. La disposizione interna dei reparti, scaffali, espositori e prodotti, viene studiata in base alle logiche del merchandising?
.....

P = Prodotto/Servizio

Le domande da porsi per avere dei prodotti e/o servizi di successo

Ad ogni risposta affianca un tuo voto di giudizio da 1 a 5. Si obiettivo.

1. È di qualità?

.....

2. È utile?

.....

3. È assortito sufficientemente?

.....

4. È attuale?

.....

5. È competitivo?

.....
6. È richiesto?
.....

7. È di tendenza?
.....

8. Rispetta l'ambiente?
.....

9. È facilmente utilizzabile?
.....

10. Soddisfa un bisogno?.....

Quale?

11. Soddisfa un desiderio?.....

Quale?

12. Risolve un problema?.....
Quale?.....
13. Lo acquisteresti per te e la tua
famiglia?
.....

Migliora costantemente, sempre, il
livello dei tuoi prodotti/servizi, per
conquistare e mantenere sempre
l'eccellenza.

**Ricordati l'eccellenza in riferimento
al tuo mercato, è quel qualcosa in
più confronto ai tuoi diretti
competitors.**

P = Prezzo

Le domande da porsi per determinare il prezzo centrato e vincente

Ad ogni risposta affianca un tuo voto di giudizio da 1 a 5. Si obiettivo, anche qui.

1. È allineato al tuo mercato di riferimento?

.....

2. È competitivo rispetto alla tua concorrenza diretta?

.....

3. Gode di un buon rapporto con la qualità del prodotto/servizio?

.....

4. Ha i giusti margini di guadagno per una buona gestione aziendale?.....
Superiori al 30% di media, intendo
.....
5. Può godere di flessibilità di listino?
.....
6. Può sopportare campagne sconti?
.....
7. È alla portata della tua clientela di riferimento?
.....
8. Acquistaresti – **TU** – con esso?
.....

Un prezzo troppo basso è sinonimo di scarsa qualità, troppo alto seleziona eccessivamente la clientela.

Individuare il prezzo giusto in rapporto ai prodotti/servizi offerti, in riferimento alla tipologia di clienti che desideriamo avere è un fattore determinante per la riuscita di un business.

NON DIMENTICARE che bisogna anche guadagnare per avere successo.

P = Promozione Off-line

Con questa serie di domande potrai promuovere con più scioltezza la tua attività

Ad ogni risposta affianca un tuo voto di giudizio da 1 a 5. Ricorda: l'obiettività è sempre una caratteristica fondamentale.

1. Hai un logo aziendale ben chiaro e riconoscibile?
2. La tua attività ha un nome chiaro e accattivante?
3. Fai promozione istituzionale del tuo business?.....
4. Fai campagne pubblicitarie promozionali?.....

5. Comunichi all'interno dell'attività?
.....
6. Comunichi all'esterno dell'attività?
.....
7. Comunichi nel territorio del tuo
mercato di riferimento?
.....
8. Fai azioni di fidelizzazione?.....
Sin dal primo contatto con il tuo
potenziale cliente?
.....
9. Hai un piano operativo di
comunicazione/pubblicità?
.....

La P di Promozione è la Più determinante, molto spesso la Più dimenticata dalla maggior parte delle imprese.

È riduttivo trattarla solo con domande, che comunque sono di vitale importanza per iniziare a riflettere.

Nella P di Promozione è inclusa la pubblicità, voce comune dice: “la pubblicità è l’anima del commercio”, mai espressa un’affermazione più giusta, ma la stessa oggi più che mai va studiata, programmata ed applicata con molta attenzione nella miriade di canali e media a disposizione.

Con l'avvento di Internet la P di Posizione (off-line) e la P di Promozione (off-line) hanno subito un notevole indebolimento ed io ho voluto coniare i due acronimi PW1 (Posizione Web) e PW4 (Promozione Web) di cui ne parlo nelle mie video-lezioni gratuite.

CTA

Adesso voglio riservarmi il piacere di darti il mio augurio più sincero, dalla mia profonda passione per il marketing e per l'impresa, tanto maltrattata nel nostro paese, di iniziare qualsiasi percorso di formazione e di non lasciare mai nulla al caso.

Gli imprenditori di successo di domani sono coloro i quali:

“si mettono in discussione oggi, si formano e preparano la loro azienda, si posizionano decisamente nel proprio mercato di riferimento e lavorano duro senza aspettarsi niente da nessuno.”

Piano Marketing

Avere un piano marketing, secondo ricerche condotte negli Usa, migliora i risultati delle piccole aziende del 24-30% rispetto ai concorrenti che ne sono privi.

Avere un piano marketing è molto importante perché consente di dare continuità all'azione sul mercato, perseguire chiari e ben identificati obiettivi e non disperdere risorse.

Se vuoi conoscermi

Sono Sandro M. Cottarelli, papà di due meravigliosi bambini, Imprenditore e Accompagnatore di Business, così piace definirmi, nonché consulente marketing per le PMI dal 2010.

La mia storia nel marketing inizia negli anni '70, più precisamente nel 1977/78, quando la mia famiglia aveva un ingrosso nel settore del beverage orientato al rifornimento degli esercenti al dettaglio e della ristorazione.

La trattativa e la negoziazione sono state le prime attività importanti che mi si sono presentate a quell'epoca, quando i miei si limitavano ad effettuare riordini, io iniziai ad intavolare sedute di trattativa con i fornitori, cercando da subito di stabilire

rapporti di collaborazione con gli stessi ed ottenere i primi guadagni dagli acquisti.

Gli anni ottanta furono per me la scuola alla vendita e soprattutto allo sviluppo e fidelizzazione del cliente.

Dal 1991 al 1999 una grandissima esperienza ho avuto la fortuna di acquisirla avviando e sviluppando le attività di famiglia nel settore alimentare vendendo al dettaglio (supermercati) in diretta competizione con la prima, nuova, GDO (Grande Distribuzione Organizzata).

Furono anni di grandi successi commerciali ed economici, conditi da una elevata esperienza nella gestione delle risorse umane e del merchandising, della comunicazione aziendale e delle campagne di

marketing e pubblicità *(da considerare che il settore della GDO precede di 10 anni il know-how di tutto il resto delle attività imprenditoriali)*.

Ho continuato seguendo le mie passioni. Gli anni successivi li dedicai all'organizzazione di manifestazioni motoristiche di carattere sportivo/commerciale a livello Nazionale, sviluppando **ulteriormente** gli aspetti della comunicazione e del marketing, della pubblicità e delle negoziazioni, lavorando alla ricerca e costruzione e sviluppo di sponsorizzazioni, nonché all'immagine comunicativa negli eventi stessi.

Non voglio dilungarmi, se vorrai conoscermi meglio potrai visitare il mio [sito web](#), seguire il mio video corso

gratuito e scaricare i miei e-book, visitare la mia pagina Facebook e iscriverti al mio canale Telegram o ad uno dei gruppi dedicati su Facebook, oppure partecipare agli eventi che periodicamente organizzo e promuovo nelle varie città d'Italia.

CTA

IO RILANCIO!

Il mio migliore percorso formativo di sempre,
nella conoscenza delle basi fondamentali del marketing aziendale,
offline e online, dedicato a tutti gli imprenditori e aspiranti tali,
commercianti e artigiani, liberi professionisti e manager, che vogliono
lanciare o rilanciare, sviluppare o vendere il proprio business.

“I piani sono inutili, ma la
pianificazione è tutto”.

Winston Churchill

*PERCHE' ALCUNI HANNO PIU'
SUCCESSO DI ALTRI?
IL MOTIVO C'E'!*

Sandro M. COTTARELLI

Papà, Imprenditore

Accompagnatore di Business

Scrivimi per ulteriori informazioni

iorilanciofriends@gmail.com

IO RILANCIO!

CoMarketing

Agenzia Marketing e Comunicazione

IO RILANCIO!

Strategie per Commercianti

Kresco&Sviluppo

Marketing Online e Funnel Marketing

Masters of Work

Scuola di Coaching e Specialisti in Marketing

Più Clienti in Negozio

Strategie per Negozianti

A 50 come a 30

Rilanciarsi a 50 anni e dintorni





KRESCO &
SVILUPPO
FORM-AZIONE

