Il consulente di marketing che si promuove garantendo vendite sicure, a priori ai suoi clienti, probabilmente non ha un approccio trasparente e sostenibile.

Proviamo a ragionarci, il marketing che garantisce a priori e a chiunque vendite o sfrutta una debolezza dei consumatori, una asimmetria informativa che li sfavorisce nel rapporto con l'azienda o al massimo ha un metodo che può funzionare per poche aziende e per poco tempo, in determinate condizioni, per esempio soddisfacendo una esigenza temporanea di un gruppo di clienti, una loro necessità di prodotto o servizio che si è venuta a creare in un mercato maturo e che presto sarà colmata anche da altre aziende.

Solo un prodotto/servizio nuovo, che è pensato per nuovi interessi/bisogni/esigenze stabili dei consumatori, può garantire vendite a lungo.

Il consulente di marketing che garantisce vendite a tutti i suoi clienti, a priori e a prescindere dal tipo di azienda, di mercato o di prodotto, secondo me, o sta facendo un blitz di mercato, temporaneo o addirittura racconta bugie.

Contattami per idee e proposte di collaborazione!