In questo articolo faccio una breve riflessione teorica sul web marketing veloce, chiaramente lavorando dal 2014 in questo settore ho una circoscritta esperienza personale del tema, avendo lavorato in un paio di agenzie di comunicazione e avendo avuto diversi clienti come freelance ma cerco di seguire indirettamente le diverse novità.

Per provare a fare un ragionamento sul tema, faccio un elenco di alcuni concetti che mi sembrano importanti, per capirci qualcosa in più e provo a definirli in una maniera abbastanza personale:

Nicchia di mercato

Ci si riferisce a una nicchia di mercato per nominare un insieme molto circoscritto di consumatori e/o un insieme circoscritto di vendite possibili in un dato periodo. Una nicchia di mercato può essere fatta in molti modi diversi, si può trattare di una novità, di una tendenza collettiva o di gruppo, di una nuova tecnologia, di una temporanea scarsità o emergenza e una combinazione di queste cose.

Elasticità della domanda

Ci sono dei prodotti o servizi, considerato il singolo consumatore, che possono essere venduti/acquistati solo in quantità abbastanza fisse, e altri che possono essere venduti/acquistati in maniera molto variabile. Da un lato abbiamo il pane, per esempio, il cui consumo quotidiano non è espandibile più di tanto, in linea teorica e dall’altra, abbiamo il gioco del lotto, per cui un consumatore può decidere di spendere 2 euro al giorno ma anche 20 euro al giorno, avendo la disponibilità monetaria.

Budget pubblicitario

È la quantità di soldi ma anche di tempo e competenze che puoi dedicare a un sistema pubblicitario dei tuoi prodotti e servizi.

Creazione del bisogno

Esiste una domanda manifesta di un certo prodotto/servizio che porta l’acquirente a cercare il prodotto/servizio che lo soddisfi per una cifra che trovi ragionevole. Ma esiste anche una domanda latente e anche la creazione di un bisogno di acquisto, attraverso metodi pubblicitari che ti facciano pensare a un problema che non pensavi di avere o che non pensavi di poter soddisfare, attraverso un certo

prodotto/servizio.

Sistemi di vendita automatica

Attraverso marketplace come Amazon o Ebay, e social network come Facebook e Instagram o Linkedin, è possibile impostare, a pagamento, dei sistemi automatici di pubblicità e vendita, che ti facciano fare guadagni direttamente dal tuo ecommerce oppure nel tuo negozio, in alcuni casi. Potresti vendere una guida in pdf, specifica ed efficace, per un certo tipo di problema, che ha una certa diffusione in un dato periodo, oppure un video corso che soddisfi particolari esigenze, sentite in un certo momento. Potresti formulare sul web delle offerte specifiche per prodotti fisici di qualità, di cui c'è una certo bisogno e una certa scarsità, oppure che costituiscono una novità, etc.

Prevedibilità commerciale

Per quanto si sappia che, per esempio, una famiglia spenderà, per esempio, ogni mese circa 500 euro per consumi alimentari, 500 per consumi di tipo X, 300 per consumi di tipo Y, non è possibile avere certezze di vendita stabili nel tempo, con un sistema di marketing di nicchia. Perché, per definizione, le nicchie di mercato sono molto circoscritte e passibili di saturazione commerciale in un certo lasso di tempo. Possono scattare, inoltre, processi di imitazione commerciale che saturano rapidamente la nicchia in questione.

Personalizzazione del proprio marketing

Anche se è vero che tutti sono in commercio per vendere e guadagnare, bisogna tenere presente che ogni attività ha la sua esperienza, la sua cultura personale o locale, e che questa può essere sia la chiave di successo commerciale sia il suo limite, in qualche caso. Dunque, pacchetti di web marketing che garantiscano il successo commerciale andranno a impattare direttamente sul comportamento di quella attività commerciale, chiedendo ad essa, per esempio, di seguire pari pari le procedure ideate dal progettista di quel sistema di web marketing.

Credo questa breve lista di definizioni possa aiutare a chiarire indirettamente, ma abbastanza bene, alcuni temi legati al web marketing veloce e/o garantito.

Senza fare la lista dei sistemi di marketing veloce e cercare di classificarli, perché non ne ho una esperienza sufficiente e neanche il necessario aggiornamento sui

mutamenti nel tempo, posso dire però che il marketing veloce sicuramente esiste ma cambia nel tempo e nei territori.

Il web marketing veloce può riguardare prodotti, servizi e sistemi di vendita diversi ma riguarda quasi sempre nicchie di mercato, che non sempre sono adatte e affrontabili da qualsiasi tipo di attività e cultura commerciale personale oppure sono, per una specifica attività commerciale, solo dei passaggi strategici temporanei un pò impersonali, prima di ritornare al vecchio sistema di vendita.

Personalmente, cerco di aiutare le attività, nel più breve tempo possibile, a trovare il proprio personale sistema di contatto con nuovi clienti potenziali, a seconda dei loro punti di forza specifici, come la location, i prodotti, i prezzi e la loro personale curiosità verso il web, e attraverso dei brevi percorsi di innovazione nella loro attività pubblicitaria e non solo.

Contattami per idee e proposte di collaborazione!