



Clelia Consulting per le imprese

I.A.R.

Interagire SupportAre CresceRe



in questo numero
«Come orientarsi per fare
business, la guida per le imprese»



Come orientarsi per fare business, la guida per le imprese

Nell'era della conoscenza le **nuove sfide** diventano molteplici e continue. Ma come fare per orientarsi? Su cosa e come investire nelle nostre piccole e medie imprese, con risorse da dedicare sempre più limitate? Quali sono le tendenze di cui dobbiamo tenere conto per “non accumulare ritardi nello sviluppo aziendale”?



Senza dubbio le tendenze più attuali continuano ad essere legate **all'innovazione digitale** con alcuni obiettivi principali: **migliorare l'organizzazione aziendale**, inserire e modificare nuovi processi operativi, **catturare l'attenzione** delle generazioni nate a cavallo fra il 1980 e il 2000, considerato il più grande gruppo di consumatori degli anni a venire e sui quali le imprese devono necessariamente tararsi: a partire dalla proposizione del prodotto insieme al sistema di comunicazione e informazione.

Le **10** tendenze strumentali in crescita nel **2017**



Le tendenze strumentali in crescita nel 2017

1

Il mondo dei social media: è costantemente in evoluzione con nuove piattaforme che si affacciano sul mercato con nuove funzionalità per quelle già presenti. Se prima, in relazione ai social network, si parlava esclusivamente in termini di engagement adesso le parole chiave sono acquisition e conversion tanto che oggi si parla di "social commerce". In quest'ambito moltissime imprese stanno avendo importanti incrementi di traffico derivante dai canali social piuttosto che da altri driver. I social non sono più soltanto i luoghi privilegiati delle "conversazioni" e delle strategie di "content marketing" ma sono ormai a pieno titolo canali privilegiati di customer acquisition e remarketing.



2

L'E-commerce: la spesa in e-Commerce continua a crescere: è in aumento sia negli Stati Uniti che in Europa, con proiezioni positive soprattutto su mobile. La gestione del processo di vendita online diventa essenziale per molte attività commerciali e richiede un'attenta valutazione di carattere strategico: il successo di un progetto di e-commerce è legato a molti fattori, non solo tecnologici, che trovano un'applicazione finale nella user experience globale quale elemento critico di successo.



3

Personal branding Web e Social Network: sono diventati tra i principali biglietti da visita per ogni business. Il personal branding quale elemento fondamentale per far crescere il proprio valore aggiunto può trovare nella rete un elemento di visibilità e di informazione importante. Un Personal Brand non esiste tuttavia senza la capacità di generare un'influenza.

Le tendenze strumentali in crescita nel 2017

Un Brand non esiste senza la forza di aggregare una community. Per tale motivo il processo di 'costruzione del personale brand deve necessariamente partire dalla propria personalità e unicità, dai propri punti di forza, per costruire una relazione duratura e a due vie con il proprio pubblico, capace di rafforzare e migliorare il proprio Brand in modo da attrarre nuove opportunità.

4

Smart working: ha visto nel 2016 un vero boom, insieme alla diffusione degli spazi di coworking: permette di conciliare vita-lavoro e inoltre aumenta la produttività aziendale. Oggi è pienamente fattibile grazie alla possibilità di connettersi velocemente con piattaforme di conferenza per interagire anche in remoto, ridurre i tempi di spostamento, avvicinare il cliente al fornitore, ridurre la distanza fisica creando quel senso di appartenenza e di disponibilità nella soluzione dei problemi indispensabili

per aumentare la certezza del reciproco affidamento

Velocità Instant Messaging e comunicazioni sempre più rapide:

5

dalle chat online alle chat-app, dai tool di collaborazione ai social, la comunicazione aziendale (sia interna che esterna) segue di pari passo l'evoluzione delle nostre abitudini quotidiane. Anche in questo caso il buon senso nell'utilizzare gli strumenti a seconda del contenuto comunicativo diventa fondamentale senza dimenticare quanto sia importante conoscere veramente le persone e dedicare del tempo alla relazione personale.

Gli strumenti non possono diventare uno strumento per NON Negoziare e dunque per nascondere una propria debolezza. Le capacità sul saper essere devono dunque essere potenziate e coltivate continuamente proprio per consentire anche l'uso consapevole degli strumenti nei vari momenti



Le tendenze strumentali in crescita nel 2017

della relazione fra le diverse
persone.



6

Green business: i Millennial sono sempre più orientati al tema del green business scegliendo aziende ecocompatibili ed ecosostenibili; che si preoccupano della salute del pianeta anche attraverso i prodotti che consumano. Pertanto è prioritario identificare e comunicare



soluzioni di prodotto servizio e/o progetti che vadano in questa direzione e che riescano a permeare la cultura aziendale in maniera chiara ed inequivocabile, con approcci scientifici e metodologici che non risultino al consumatore solo del bluff per seguire la tendenza...

Nel 2017 il Business Intelligence darà una grossa mano alle PMI.

Per B.I. si intende una serie di procedure aziendali utilizzate per la raccolta e l'analisi dei dati e delle informazioni strategiche. Attraverso software di BI è possibile raccogliere i dati frammentati traducendoli in informazioni preziose per lo sviluppo del business aziendale. BI è stato storicamente utilizzato dalle grandi imprese per curare, conservare e visualizzare ciò che è noto come Big Data. Tuttavia, la crescita di soluzioni tecnologiche e le grandi quantità di dati danno la possibilità alle piccole imprese di usufruire di soluzioni di BI e di avere le informazioni strutturate a portata di mano in qualunque momento della giornata. Anche in questo caso non basta avere le informazione ma è necessario correlarle ai processi organizzativi e agli obiettivi informativi prioritari per ciascuna impresa.

7

Le tendenze strumentali in crescita nel 2017

8

Crowdfunding e Credito on line: un saggio pubblicato da Harvard Business School dal titolo "The State of Small-Business Lending" analizza una delle tendenze più significative per le piccole imprese, cioè il prestito online. Questa tendenza innovativa è guidata dalla semplicità e dalla convenienza del processo di applicazione, dalla velocità di consegna del capitale e da una maggiore attenzione al cliente, cosa non facile (se non impossibile) da ottenere dalle banche tradizionali. Esistono diversi modelli di prestito online per le piccole imprese. Dalle piattaforme di prestito peer-to-peer che connettono investitori istituzionali e piccole imprese alle già note piattaforme di crowdfunding. Con il crowdfunding oggi anche le piccole aziende possono raccogliere i fondi necessari per avviare nuovi progetti imprenditoriali, grazie alla compartecipazione di più persone (la 'crowd' appunto, la 'folla') che decidono di finanziare dal basso i progetti che ritengono migliori. Un sistema innovativo che permette così di superare l'ostacolo e la difficoltà di accedere al credito ordinario delle banche tradizionali.



9

I video: il 2016 è stato l'anno dei video online, tant'è che Facebook ha investito e continua ad investire molto su questo potente mezzo. Il 2017 potrebbe essere l'anno in cui i video saranno utilizzati per contenuti utili a risolvere i problemi dei clienti delle diverse imprese. Il video sta diventando una fonte essenziale di informazioni. Attraverso i potenti strumenti di targeting offerti dai social network è possibile creare dei video in tempo reale per affrontare questioni specifiche e aiutare i nostri utenti a risolverli. Il video sta diventando lo strumento sia per promuovere il prodotto sia per relazionarci con il nostro target.

10

Infine le Competenze: Web e social media hanno modificato le leve tradizionali del marketing e l'informazione si è fatta sempre più digitale. Gli effetti? Alle imprese sono richieste competenze nuove e diversificate.

La tua azienda su I.A.R.

Interagire SupportAre CresceRe

**Ti senti vicino ai temi trattati?
Credi che uno di essi rappresenti la chiave
del successo della tua azienda? Vuoi dire la tua?**

*Inviaci una e-mail o interagisci con noi sui social,
saremo felici di pubblicare il tuo commento
nel prossimo numero della newsletter
e sui nostri social network*



Clelia Consulting

Cell. +39 334 1844833

servizioclienti@cleliaconsulting.it

Arrivederci a presto



Clelia Consulting
Servizi di consulenza aziendale in
Strategia, Organizzazione e Controllo di gestione

Sedi Operative a Pescia (PT) Chiusi (SI) e Viareggio (LU)

Cell. +39 334 1844833

servizioclienti@cleliaconsulting.it

www.cleliaconsulting.it