



IL MIO NEMICO E' AMAZON: COME SOPRAVVIVERE IN UN MERCATO SATURO



~~amazon~~

Questa volta sarò un successo assicurato! Non c'è possibilità di errore!

Quante volte hai pensato o sentito questa frase?

A me è capitato spesso e, purtroppo, molte volte la storia ha avuto sempre lo stesso finale.

Imprenditori, o presunti tali, carichi di aspettative, mi presentano i loro prodotti, il piano di sviluppo, e convinti del successo della loro idea, decidono di intraprendere la loro nuova attività.

Primo problema: **imprenditori non ci si IMPROVVISA!**



E' necessaria **preparazione, intraprendenza, conoscenza della materia** - almeno le basi: non posso credere che chi investe in un'attività non è in grado di capire come funziona l'IVA.

Secondo grosso problema: **nessuno, e dico nessuno, considera la CONCORRENZA**.

Attenzione a quello che ti sto per dire: la concorrenza non è solo il negozietto a qualche metro di distanza che vende prodotti simili al tuo.

La concorrenza è la grande multinazionale, il grande studio professionale di servizi online, e, dulcis in fundo, AMAZON.

Ma come Amazon? Ma come faccio a competere con un colosso del genere?

Bravo: è proprio questo il motivo per cui la gran parte delle attività chiude dopo pochi mesi/anni.

E' vero: l'elevata tassazione non aiuta – **N.B. tassazione sugli utili... se non l'hai fatto leggi i miei precedenti articoli per capire a cosa faccio riferimento.**

La verità è che la maggior parte delle aziende **chiude perché non riesce a reggere la concorrenza, non riesce a CREARE RICCHEZZA, non riesce a PRODURRE UTILI.**



Proviamo a fare un semplice ragionamento.

Negli anni 60/70 il mercato era un continuo fiorire di nuove attività, non esisteva internet e la concorrenza si limitava alla singola città, se non addirittura al singolo quartiere.

Oggi non è più così.



Ogni mercato è saturo, globale: appena apri una tua attività – che si tratti di commercio o servizi professionali - ci sarà sicuramente un'alternativa in uno sperduto paese che venderà un prodotto simile al tuo alla metà del prezzo.

Anche perché parliamoci chiaro: quando decidiamo di fare un acquisto, qual è la prima cosa che facciamo?

Dai pensaci un attimo?

- Apriamo il computer
- Accesso ad internet
- Amazon o Google
- Confronto dei prezzi migliori
- Decisione se acquistare Online o di persona, al miglior prezzo.



Ecco, adesso inizi a capire a cosa faccio riferimento.

Prima magari bastava farsi una buona pubblicità, avere un prodotto particolare per primo, ed il gioco era fatto: **nessun concorrente avrebbe potuto tenerti testa.**

Oggi non è possibile: **se aspetti che i potenziali clienti bussino alla tua porta sei spacciato.**

Ti voglio riportare qualche numero, giusto per renderti più chiara l'idea.

Le piccole imprese - in questo caso parliamo di imprese individuali - nate nel 2014 sono state 235.985 e di queste, a fine 2018, **ne sono sopravvissute 147.801.**

Significa che **il 37.4% di queste attività ha cessato di esistere entro i primi 5 anni di vita.**



Aspetta un attimo, senti qua: 48.377 hanno cessato la loro attività entro il secondo anno di vita.

Addirittura 20.538 sono nate e morte nello stesso anno, il 2014.



Ma quindi come se ne esce fuori da questa situazione?

Lo so è difficile, ma d'altro canto se fosse stato facile nessuno avrebbe problemi.

Però un consiglio posso dartelo.

Parti per prima cosa dall'**ANALISI DEI TUOI CONCORRENTI**.

Cosa fanno, come lo fanno, perché lo fanno, come raggiungono i potenziali clienti.

Già questo è un buon punto di partenza sul quale ragionare.

Poi inizia la parte complicata, ed è qui che si determina il successo della tua impresa.

L'IDEA DIFFERENZIANTE.

Esatto, è questa la parola magica.

Le tue possibilità di successo si basano tutte su questo principio.

Come dice un noto esperto di Marketing: *se non puoi essere il leader di mercato* - e credo proprio che questo sia il caso di tutti noi - ***crea un nuovo mercato, un nuovo prodotto, un qualcosa di diverso rispetto a quanto finora visto e poniti come leader di questa nuova nicchia.***



Ed è infatti qui che entra in gioco la bravura dell'imprenditore.

Ad inizio articolo ti avevo parlato delle caratteristiche che deve possedere, qui sono fondamentali.



Non puoi pretendere di aprire il tuo negozio o la tua attività e sperare che i potenziali clienti ci caschino dentro.

Devi saperli raggiungere, coinvolgere, incuriosire e convincerli che tu posseda la soluzione ai loro problemi.

Non è possibile pensare di guadagnare senza un'adeguata campagna pubblicitaria, fidelizzazione del cliente, studio e ricerca del prodotto.

Siamo nel 2019, i mercati sono tutti completamente saturi, **l'unico modo per sopravvivere è DIFFERENZIARTI DALLA CONCORRENZA.**

Se hai dubbi o cerchi consigli sulla tua NUOVA IDEA, non esitare a contattarmi: sono qui a tua completa disposizione!

E se invece hai già intrapreso la tua attività, ma non sai più come muoverti per sopravvivere, non perdere tempo: contattami al seguente numero 06 56547531, visita il mio sito www.frosiconsulting.it o tramite la pagina FB Frosi Consulting.