

Introduzione

Growth hacking, tra metodicità e buon senso

La metodologia che analizzeremo lungo le pagine di questo libro rappresenta una vera e propria rivoluzione nel modo di operare all'interno di un'azienda. Infatti troppo spesso gli imprenditori si affidano al proprio intuito quando devono prendere importanti decisioni strategiche per la propria azienda, con la speranza che le proprie credenze possano condurre lungo il percorso tanto desiderato di crescita continua.

Se è vero che un bravo imprenditore si assume sempre le proprie responsabilità e sa quando è il momento di rischiare prendendo decisioni coraggiose per la propria organizzazione, è altrettanto certo che agire “alla cieca”, seguendo solo ed esclusivamente il proprio istinto, rappresenta una scelta tanto folle quanto fortemente sconsigliata. È essenzialmente per questo motivo che la maggior parte dei progetti imprenditoriali fallisce precocemente. Bisogna invece riconoscere che fare impresa, sebbene possa sembrare un'attività divertente (anzi deve esserlo) quasi quanto un gioco, perché magari sono coinvolte alcune passioni e interessi personali, ha tutti i requisiti per poter essere considerata come una scienza esatta. Infatti in ogni fase in cui si trova un progetto esiste un insieme di attività più adeguate che devono essere svolte in un certo modo. Seguire queste linee guida minimizza i rischi di fallimento quantomeno perché, qualora non ci siano le condizioni iniziali per far crescere il progetto stesso, si giungerà a una mancata validazione del business. Ciò consentirà sia di evitare sprechi di tempo e di denaro sia di poter concentrare le proprie attenzioni su altri progetti.

Il primo messaggio che voglio far passare da questo libro è che bisogna adottare un determinato metodo per fare impresa efficacemente e non lasciare che sia solo l'istinto, senza il supporto di informazioni e dati, a guidare la nostra operatività. Diversamente potrà pure capitare qualche volta di fare centro, riuscendo a portare a casa risultati rilevanti, ma per la maggior parte delle altre volte rischieremo di mettere in serio pericolo il nostro progetto imprenditoriale.

È vero che seguire un metodo operativo può minimizzare nel tempo la comparsa dei cosiddetti “effetti-sorpresa” e degli eventuali imprevisti che fanno diventare il tutto più frizzante ma, dato che non si tratta di un gioco, forse è meglio rendere le cose più noiose e prevedibili se così facendo si garantisce un percorso più sano e stabile per il business.

Per lavorare efficacemente in quelle condizioni di estrema incertezza che caratterizzano particolarmente l'ambito imprenditoriale, c'è bisogno anche di un'ottima dose di buon senso.

In questo libro, oltre a insistere spesso sui concetti di metodologia e processo, si vuole mostrare che la maggior parte delle attività che contraddistinguono il growth hacking non rappresentano assolutamente operazioni particolarmente complesse, anzi sono proprio il frutto del buon senso e della capacità, a mio parere molto sottovalutata, di saper osservare le cose in maniera analitica, evitando di perdere i dettagli perché spesso sono proprio loro a fare la differenza.

A chi è rivolto questo libro

Questo libro è stato pensato per essere utile a tutti coloro che sono interessati alle varie tematiche e strategie che mirano a far crescere un business, che si tratti di un progetto imprenditoriale in fase iniziale o di un'azienda già affermata sul mercato.

Perciò il manuale si rivolge in maniera trasversale a tutte quelle persone che vogliono apprendere una metodologia pragmatica e concreta che possa impattare sulla crescita globale del proprio business o della startup o organizzazione in cui si lavora, o ancora sul progetto dei propri clienti.

Pertanto la lettura e comprensione degli argomenti trattati è di estremo beneficio per:

- imprenditori digitali che vogliono trovare nuovi modi per far crescere il proprio progetto online in maniera sostenibile;
- imprenditori tradizionali che hanno deciso finalmente di aprire le porte della propria impresa al mondo digitale e alle infinite opportunità che possono derivare da esso;
- fondatori di startup che desiderano basare il proprio progetto su una metodologia che minimizza i rischi di fallimento e contribuisce a consolidare il business in ogni fase del suo ciclo di vita;
- dipendenti di un'azienda o startup (quali marketer, sviluppatori, data analyst, designer, project manager e così via) che vogliono espandere le proprie conoscenze anche in ambiti professionali complementari al proprio e sviluppare maggiormente un pensiero critico e imprenditoriale;
- studenti universitari di facoltà di ingegneria, informatica, design, economia, marketing e comunicazione, che hanno un'idea da lanciare e aspirano a diventare imprenditori;
- consulenti e professionisti del mondo digitale che hanno già sentito parlare di growth hacking e nutrono interesse nel comprendere che cosa rappresenti effettivamente questo termine.

Perché leggere questo libro

Il libro è stato ideato con lo scopo di offrire innanzitutto una panoramica dettagliata sulla gestione operativa di un progetto imprenditoriale, qualunque sia la sua fase di partenza. Nei capitoli che compongono questo manuale c'è un continuo susseguirsi di concetti di varia natura tra principi, strategie e tecniche concrete utili per strutturare, affermare e far crescere un business. In altre parole, si tratta di un libro che abbina la teoria insieme a molte parti pratiche ed esempi propedeutici per la comprensione degli argomenti presentati.

Inoltre, grazie alla presenza di numerose parti relative alla progettazione di diversi flussi che caratterizzano l'esperienza utente su una piattaforma digitale, questo volume può essere considerato un vero e proprio manuale operativo da tenere sempre a portata di mano sulla propria scrivania, pronto per essere nuovamente consultato all'occorrenza.

Struttura del libro

Il volume è strutturato in dieci capitoli:

- il Capitolo 1, *Introduzione al growth hacking*, offre una prima visione di che cos'è il growth hacking: le sue origini, la necessità di questa metodologia, le differenze con il marketing, i modelli organizzativi dei team, la cultura aziendale a supporto della crescita e molto altro;
- il Capitolo 2, *Le basi per la crescita*, tratta tutti i principi e le metodologie preliminari su cui si basa il growth hacking. Si parlerà di lean startup, di customer development, di Scrum, dei vari modelli di analisi e progettazione del business per poi concludere con uno dei pilastri della metodologia: il funnel dei pirati;
- il Capitolo 3, *Awareness e i canali di Traction*, affronta la tematica relativa ai modi per far conoscere il proprio prodotto o servizio al nostro segmento principale di clientela. In questo capitolo ci sarà una rivisitazione personale dei cosiddetti "canali di traction";
- il Capitolo 4, *Acquisition e il flusso di registrazione*, è dedicato al momento in cui si cerca di creare una prima relazione con i nuovi potenziali clienti e di acquisire le loro informazioni personali per saperli distinguere in modo univoco dalle altre persone, per avere un'idea più chiara del nostro cliente tipo e infine per poter entrare in contatto con loro più volte nel tempo;
- il Capitolo 5, *Activation e il customer onboarding*, tratta la fase in cui il nuovo utente proverà il nostro prodotto o servizio, pertanto sarà il momento in cui si cercherà di far percepire per la prima volta il suo reale valore;
- il Capitolo 6, *Retention e le strategie di fidelizzazione*, è dedicato alle strategie e alle tecniche principali per mantenere un utente soddisfatto, coinvolto e attivo nel tempo nel continuare a richiedere o a usare il nostro prodotto o servizio;
- il Capitolo 7, *Revenue e le logiche di pricing*, affronta gli argomenti relativi alle leve psicologiche e alle strategie, associate alle politiche sui prezzi, per incentivare gli utenti a generare ricavi per il nostro business;
- il Capitolo 8, *Referral e il programma di raccomandazione*, riguarda le tematiche relative al concetto di viralità, passaparola e alle strategie di raccomandazione per incentivare in maniera più o meno spontanea l'utente a promuovere il nostro brand ai suoi amici e colleghi, potenzialmente anche loro interessati al nostro prodotto o servizio;
- il Capitolo 9, *Il Growth Hacking Canvas*, tratta di un documento utile per l'analisi e la definizione preliminare di una strategia globale di crescita da usare come elemento di ingresso al processo di growth hacking;
- infine, il Capitolo 10, *Il processo di growth hacking*, è dedicato al secondo pilastro essenziale della metodologia: il processo di sperimentazione rapida per l'individuazione dei modi più efficaci per garantire una crescita sostenibile del business in tempi piuttosto brevi.

La tua crescita inizia con questo primo passo

Il valore del libro va al di là del libro in sé. Per questo ho ideato e continuerò a creare nel tempo una serie di risorse esterne di vario genere, per favorire un continuo aggiornamento e arricchimento sui temi già trattati nel libro e non solo.

Per effettuare il primo accesso alle risorse, visita questo indirizzo: gerry.link/risorse-libro-gh.

L'esperimento della community

La realizzazione di questo libro è stata oggetto di un esperimento personale, denominato "Community di crowdcreation", che ha coinvolto un gruppo di poco più di cento persone, tra studenti universitari, startupper, imprenditori e professionisti, che si è messo a disposizione con particolare curiosità e interesse nel leggere buona parte delle bozze dei capitoli, riservate in esclusiva e in anteprima a loro a titolo gratuito, per poter dare in cambio i propri pareri, suggerimenti ed eventuali critiche costruttive in modo da migliorare, correggere e ottimizzare le bozze prima che venissero ultimate e impostate come capitoli definitivi, destinati alla lavorazione pre-stampa da parte della casa editrice.

Questo esperimento ha permesso di migliorare notevolmente il prodotto, cioè il libro, con l'obiettivo di intercettare un riscontro ottimale da parte del target di lettori di riferimento.