

Quel piano di marketing di cui non ti pentirai mai

Vent'anni fa scrissi il mio primo best seller (in realtà avevo già scritto un libro in passato, ma l'unica ad averlo comprato era mia madre, quindi direi che non conta). Mi ci sono voluti due tentativi per scrivere un libro che le persone volessero leggere; da quello che ho sentito, fare il grande colpo al secondo tentativo è piuttosto raro! Oltre il 99 per cento degli autori di libri non riesce a vendere abbastanza copie per guadagnarsi da vivere; io sono stato fortunato.

Dopo aver scritto un best seller, ho creduto che tutto il resto sarebbe stato facile: pensavo che ogni libro che avrei dato alle stampe sarebbe stato un successo, ipotizzavo la partecipazione di migliaia di persone a ogni mia conferenza e addirittura immaginavo che dai miei libri, considerati ormai fenomeni letterari, avrebbero tratto dei film di Hollywood.

Chiaramente, per oltre il 99 per cento degli autori che scrivono un best seller, tutto questo non avviene. Scrivere un best seller è sicuramente un grande aiuto, ma migliaia di autori di libri di successo hanno sperperato in breve tempo i loro soldi e la loro influenza, restando a mani vuote.

Per poco, non è successo anche a me. Invece di lavorare duramente mi sono adagiato sul mio successo: secondo i miei calcoli, ho sprecato circa dieci anni senza cogliere l'occasione di diventare realmente un autore (e un essere umano) di successo. Se potessi tornare indietro nel tempo di vent'anni, questo libro sarebbe la lettera che scriverei a me stesso.

So che può sembrare strano affermare che, se potessi tornare indietro di vent'anni, dedicherei il mio tempo a imparare un piano di marketing di base, ma è la verità. L'assenza di un piano di marketing mi è costata milioni di dollari, l'influenza internazionale e la possibilità di realizzare almeno una parte dei miei sogni.

Non mi fraintendere: le cose sono andate comunque bene, ma solo quando ho messo in atto questo piano.

Il piano di marketing in cinque passi che funziona

In breve, sono cinque le cose che avrei dovuto fare una ventina di anni fa per mantenere lo slancio (e, dopo averle portate a termine, avrei dovuto farle di nuovo e poi ancora e ancora).

Sono ridicolmente pratiche.

1. **Creare un BrandScript.** Avrei dovuto chiarire il mio messaggio.
2. **Creare uno slogan.** Avrei dovuto condensare il mio messaggio in una sola frase.
3. **Strutturare una landing page.** Avrei dovuto elaborare il mio messaggio e fargli prendere vita in un sito web chiaro e interessante.
4. **Creare un PDF per la generazione dei contatti.** Avrei dovuto usare uno strumento di lead generation per acquisire gli indirizzi email.
5. **Creare una campagna email.** Avrei dovuto conquistare la fiducia delle persone che mi avevano comunicato il loro indirizzo email inviando loro messaggi utili in grado di risolvere a livello pratico i loro problemi.

Questo libro spiega come costruire una piattaforma su cui far crescere un'azienda. La mia intenzione è di procedere in modo semplice e specifico: la maggior parte dei libri nel campo del business si concentra più sulla teoria che sulla pratica, ma J.J. e io vogliamo invece spiegarti esattamente che cosa fare e come procedere affinché il tuo impegno di marketing funzioni.

Questo piano ti tirerà fuori dal buco

Ho imparato a mettere in atto questo semplice piano di marketing perché ho dovuto farlo.

Vent'anni fa, dopo aver venduto milioni di libri, persi tutti i miei soldi in un investimento fallito. In una luminosa e fresca mattina di settembre, con una telefonata mi fu comunicato che l'investimento non aveva funzionato e che i miei risparmi di una vita non c'erano più.

Fu uno dei periodi più difficili della mia vita: mi sentivo come se avessi sperperato tutto.

Nelle settimane successive a quella perdita straziante, capii che non mi ero assunto la responsabilità della mia carriera: mi ero affidato a manager, pubblicitari, investitori ed editori affinché mi guidassero.

Decisi così di diventare l'amministratore delegato della mia vita: avrei preso io le decisioni.

Sono ripartito da zero. Invece di scrivere un altro libro, inviarlo all'editore e sperare in un altro best seller, ho autopubblicato il mio nuovo libro e ho creato una piccola azienda. Ho iniziato a cercare un piano di marketing economico che funzionasse e, dopo anni di esperimenti, sono giunto al piano che ti presento in questo libro.

Mia moglie e io possediamo un'azienda chiamata Business Made Simple, che affronta il problema dell'indebitamento legato al college proponendo corsi di business online a basso costo per chiunque voglia migliorarsi. Oggi, dopo sette anni, elargiamo ogni anno in beneficenza più di quanto ho perso quel lunedì mattina.

Come è accaduto tutto questo? Seguendo questo semplice piano di marketing in cinque passi più e più volte: è grazie a questo piano che ho costruito la mia azienda e ricostruito la mia vita.

La buona notizia è che non devi perdere tutti i tuoi soldi per creare una grande azienda: seguendo i cinque passi illustrati in questo libro, potrai far crescere il tuo marchio correttamente sin dal primo tentativo.

Se lavori per una grande azienda, questo piano funzionerà per ogni divisione e per ogni prodotto all'interno di ogni reparto. In effetti, puoi utilizzare questo libro per creare molteplici funnel di vendita (ed è proprio quello che ti consiglio di fare). Dopo aver creato il tuo primo funnel di vendita, inizia a lavorare su quello successivo: alla fine, il tuo piano di marketing sarà composto da moltissimi funnel di vendita, ognuno dedicato alla vendita dei tuoi prodotti e servizi a varie popolazioni.

Non importa se sei una piccola azienda con pochi funnel di vendita, o una grande azienda con centinaia di funnel: questo piano funziona.

Non è necessario combattere con il marketing: puoi sentirti sicuro e orgoglioso, pronto a ottenere un ritorno dal tuo investimento. Eseguendo il piano contenuto in questo libro, avrai successo.