

## INTRODUZIONE

---

Il marketing dovrebbe essere facile e dovrebbe funzionare.

A prescindere dalle dimensioni dell'azienda di cui ti occupi, il piano di marketing migliore e più facile da implementare nasce da un funnel di vendita. Non importa che cosa vendi: nel momento in cui usi le parole per vendere i tuoi prodotti, il funnel di vendita è proprio ciò che ti serve.

Un funnel di vendita è la base di qualsiasi piano di marketing digitale e sarà sostenuto dai tuoi annunci pubblicitari. Il marketing non si riduce esclusivamente al piano digitale: tuttavia, la tua strategia digitale, che comprenderà un sito web, un generatore di contatti e una campagna email, costituirà la base per tutti gli altri materiali di marketing.

L'elemento più importante, come già affermato, è il funnel di vendita: questo libro ti insegnerà come crearne uno.

Un funnel di vendita è un mezzo per acquisire e trasformare i contatti. Ogni imprenditore, titolare d'azienda ed esperto di marketing deve conoscere il funzionamento del funnel di vendita. Puoi crearlo in autonomia o rivolgerti a persone esterne: in ogni caso, la checklist di questo libro ti permetterà di individuare tutto ciò che serve per realizzare un funnel di vendita che funzioni. In ogni capitolo del libro troverai consigli e strategie per creare questo importante elemento nel modo più corretto.

Puoi scaricare dal sito [MarketingMadeSimple.com](http://MarketingMadeSimple.com) una bozza gratuita (in inglese) che, insieme a questo libro, ti permetterà di risparmiare tempo ed evitare preoccupazioni. StoryBrand ha aiutato oltre diecimila aziende di piccole, medie e grandi dimensioni a creare funnel di vendita funzionanti; quasi tutti sono nati proprio compilando questo documento scaricabile. Insieme alla bozza potrai scaricare anche due strutture di esempio per capire con chiarezza la direzione da seguire.

Questo libro spiega come attuare con facilità una strategia di marketing. Potremmo parlare di marketing per tutto il giorno, ma sarà solo la messa in atto della strategia a farti guadagnare denaro.

La maggior parte dei piani di marketing non è scadente a livello di intento o di filosofia della comunicazione, ma a livello di esecuzione: in sostanza, il personale non li mette in pratica.

L'anno scorso, il mio co-autore dottor J.J. Peterson ha dedicato la sua tesi di dottorato alla metodologia che StoryBrand impiega per la messaggistica. Nella sua tesi, J.J. difendeva l'idea che la metodica fosse idonea per ogni tipo di azienda, grande o piccola, B2B o B2C. Tuttavia, J.J. ha scoperto che il successo della tecnica dipende da un imperativo essenziale: l'esecuzione. Questo libro, quindi, parla dell'esecuzione e il suo obiettivo è aiutarti a portare a termine il lavoro.

Se hai un messaggio chiaro, ma non disponi di un funnel di vendita, la tua azienda non crescerà. I potenziali clienti presupporranno che non sei in grado di risolvere il loro problema e si rivolgeranno a qualcuno che sia in grado di farlo.

### *Non sprecare denaro per un marketing che non funziona*

Se non hai ancora iniziato a spendere soldi per il marketing, questo libro ti permetterà di risparmiare migliaia o addirittura milioni di euro. Se invece hai già iniziato a sprecare soldi per il marketing, ti aiuterò a cambiare rotta.

Negli anni di attività di StoryBrand abbiamo incontrato moltissime agenzie di marketing che proponevano nuovi loghi, combinazioni di colori e linee guida per il branding, seguiti da annunci su Facebook e landing page. Queste cose, però, non possono funzionare se non è disponibile un funnel di vendita.

J.J. e io abbiamo addestrato centinaia di esperti di marketing certificati StoryBrand e abbiamo sperimentato decine di idee di marketing diverse. Eppure, continuiamo a tornare al vecchio e fidato funnel di vendita.

Con la checklist di questo libro, i risultati non mancheranno. Se sei un imprenditore, un titolare d'azienda o un addetto al marketing di una grande organizzazione, potrai utilizzare questo libro come un modello facile da seguire. Se sei il responsabile marketing della tua azienda, puoi considerarlo come il tuo nuovo manuale. Se invece dirigi un'azienda, puoi consegnarlo al tuo team marketing chiedendo loro di creare esattamente tutto ciò che è contenuto in questa checklist.

## *Pagare per un marketing che non funziona è sbagliato*

Una società di marketing non può addebitarti il costo del suo lavoro se non è riuscita a farti ottenere un utile. Allo stesso modo, è un'ingiustizia che tu debba perdere tempo in un'attività che non ti paga per il tuo lavoro: il tuo tempo è troppo prezioso per questo.

Se hai bisogno di aiuto durante la lettura di questo libro, visita [MarketingMadeSimple.com](http://MarketingMadeSimple.com): troverai una guida StoryBrand certificata che ti aiuterà a creare il tuo funnel di vendita. Anche qualora tu decida di assumere una guida, questo libro si rivelerà importante per capire appieno le azioni da essa svolte. Potrai offrire indicazioni e riscontri preziosi durante la creazione del tuo piano di marketing solo se avrai compreso a fondo come dovrà essere realizzato.

Il marketing non deve essere complicato. Seguendo le indicazioni di questo libro e acquistando fiducia nel tuo impegno di marketing, porterai avanti la tua mission e stabilirai un rapporto con i clienti.

Cominciamo!