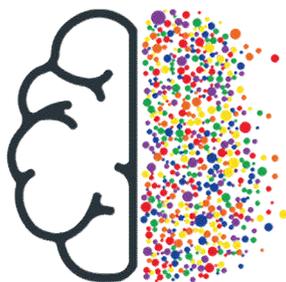


LET'S GROW  
TOGETHER



CRAI  
academy

CRAI Academy  
Esercizi di marketing - 23 aprile 2020

Per aiutarvi nella definizione di un piano marketing e di comunicazione adeguato al momento storico e soprattutto alla ripartenza abbiamo individuato, con questi esercizi, una serie di attività pratiche che potrete implementare nel vostro centro.

#### 1) Analisi del bisogno

Definite quali sono i reali bisogni che hanno in questo momento i vostri clienti. Per bisogni reali si intendono gli aspetti legati all'urgenza (tipo apparecchio con malfunzionamenti) o ancora legati alla pulizia e sanificazione. Questi elementi saranno la base di partenza per la vostra comunicazione.

#### 2) Mappatura del territorio

Fate una ricerca per capire come i vostri competitor, ovvero gli altri centri audioprotesici che operano nella vostra zona, stanno comunicando e su quali elementi stanno puntando. Studiate di conseguenza messaggi e azioni differenti o più efficaci.

#### 3) Creazione delle vostre liste

Create un database aggiornato dei vostri clienti, dividendoli in clienti top, medi, occasionali e prospect. Partite con le attività concentrandovi sui top e medi, per poi passare agli occasionali e prospect, ovvero clienti che ancora non comprano da voi ma potranno diventare clienti a breve.

#### 4) Target

Fate una lista delle varie tipologie di cliente che avete e di quali sono le persone che affiancano, consigliano i vostri clienti negli acquisti. I messaggi che andrete a dare dovranno essere utili sia al paziente che al familiare che gli sta fianco.

#### 5) Tipo di comunicazione

Impostate la comunicazione e i messaggi in modo breve e chiaro, come se fossero spot, in modo da arrivare diretti e senza interpretazione. In questo periodo storico le persone, specialmente gli anziani, sono molto preoccupate e a volte diffidenti.

Per questo nella comunicazione, dove possibile, mettetevi in prima persona e fatevi riconoscere. Le persone si fideranno di voi, oggi e domani.

#### 6) Strumenti e canali di comunicazione

Partendo dai vari target dei vostri clienti definite quali sono gli strumenti di contatto più adatti a raggiungerli. Impostate una strategia multicanale, ovvero esplorate più mezzi:

- social
- mail
- sms
- telefonate
- carta stampata

Tenete in considerazione che non tutti sono sui social, ma tutti hanno un telefono e si documentano (su internet e ancora oggi sui quotidiani) per questo esplorate le varie opzioni.

Tutte queste attività se implementate in maniera organica aiuteranno il vostro centro in questo momento difficile e saranno la base per una corretta reputazione e pianificazione dei mesi futuri.

Marco Gusella