



Cosa fa un consulente di marketing?

di Paolo Franzese



Cosa fa un consulente di marketing? Ciao sono Paolo Franzese alias *imaginepaolo* con oltre 20 anni di esperienza anche come **consulente di marketing**, ho pensato che sarebbe stato utile scrivere un po' su questo argomento, per darti un'idea di cosa faccia un *consulente di marketing*.

Cosa fa un consulente di marketing? Se sai chi sei è ora di mostrarlo al mondo.

Mostra al mondo chi sei

Tu sai chi sei, è ora di mostrarlo al mondo, ma come puoi essere aiutato? [Contattandomi per una consulenza](#) ad esempio.

Eccomi qui, come avrai letto sulla mia home, ho voluto sintetizzare la mia professionalità in questo modo:

Ciao, sono Paolo Franzese.

Ti aiuto a crescere sul Web facendo ciò che ami.

Dedico il mio tempo, le mie consulenze alle persone che vogliono far crescere la loro attività, in vari settori.

? **Esempio:** spesso chiedono la mia consulenza per:

- Far crescere la *vendita al dettaglio* di un negozio (off line e on line);
- Sviluppare un *personal brand* e crescere sui social media;
- Diventare *blogger* o *vlogger*;
- Vendere prodotti digitali con un *funnel* di vendita;
- ...

Gli esempi sono tanti e so di poter aiutare realmente le persone con le mie abilità, e mi ha sempre affascinato l'idea che ora puoi comprare e vendere qualsiasi in giro per il mondo grazie anche al web.

Cosa fa un consulente di marketing? Partiamo dai compiti caratteristici.

Quali sono i compiti tipici?

Ora analizziamo nello specifico i compiti di un consulente di marketing, che possono essere anche i miei compiti.

Aiutare chi mi contatta con l'esperienza in campo digital. In generale (oggi) mi definisco *Digital Coach*, la mia area tipica con cui lavoro è la *trasformazione digitale*, ovvero utilizzo i contenuti come motore strategico di crescita per potenziare la trasformazione digitale.

Con le mie “spericolate e folli” *azioni di marketing* ho aiutato i miei [clienti](#) a farsi trovare:

- Dalle persone giuste;
- Nei posti giusti;
- Al momento giusto;
- Nel giusto contesto.

Mi preparo con studi approfonditi per essere in grado di scoprire *nuove opportunità di crescita dei tuoi ricavi*.

In genere mi concentro su **cinque aree** distinte e interconnesse tra loro:

- Differenziazione;
- Leadership di pensiero;
- Posizionamento competitivo;
- Accelerazione del ciclo di vendita;
- Crescita dei ricavi.

Il tutto su una base più tattica che include:

- Generazione di traffico;
- Lead generation;
- Accelerazione del ciclo di vendita;
- Generazione di opportunità;
- Marketing dei clienti, per attivare i clienti in “promotori del marchio” e *evangelisti*.

? **Nota:** i clienti **evangelisti** di un brand sono una minoranza molto importante. Sono coloro che ti seguono, vanno “individuati e coltivati” perché sono coloro che mostreranno ai fan occasionali i pregi del tuo brand, dei tuoi prodotti e dei tuoi servizi.

Cosa fa un consulente di marketing? Impegno costante.

Impegno costante

Nel mio piccolo mi sono impegnato per capire come:

- Ottenerne il traffico verso il sito web (oppure verso un profilo social);
- Trasformare il traffico gratuito in vendite;
- Perfezionare il mio modo di fare Web Design fino ad arrivare a WordPress;
- Creare ebooks PDF per fare lead magnet;
- Creare video corsi;
- Gestire il traffico e aumentare le conversioni;
- Costruire fiducia;
- Attirare l'attenzione delle persone.

Non mi permetterei mai di offrire qualcosa che non posso offrire. Sperimento prima, mi assicuro del funzionamento, assicurandomi di usarlo io stesso, in modo da poter effettivamente aiutare i miei clienti. Non consiglio qualcosa a meno che non la usi io stesso.

[@imaginepaolo](#) Come ottenere risultati nel mondo del marketing. [#marketing](#) [#community](#) [#digitalcoach](#) [#weareimaginers](#) [#paolofranzese](#) [#curiosità](#) [#facebook](#) [#imaginepaolo](#) ? suono originale – Paolo Franzese Digital Coach

Cosa fa un consulente di marketing? Impegno costante prima per se stessi.

Prima per se stessi e poi...

Tutto questo l'ho fatto prima per i miei progetti, l'ho provato prima di vendere.

Non aspettarti mai di diventare un esperto completo, le persone non hanno bisogno che tu sia un grande esperto, le persone hanno semplicemente bisogno di migliorare.

La maggior parte degli imprenditori non ha le idee chiare sul marketing, perché hanno passato gli ultimi 5 o 10 anni creando il proprio prodotto, costruendo la propria attività o costruendo il database dei clienti.

Gli imprenditori sono un po' indietro rispetto al marketing, e soprattutto rispetto al marketing digitale.

Chiave fondamentale di tutto è il **branding** che porta poi tutto al livello successivo.

Ho perfezionato la mia abilità di mettere il mio cliente in una posizione migliore di quella che era in precedenza. Bisogna anche imparare a mischiare le cose e farle principalmente per se stessi, come:

- Indirizzare il traffico dai social;
- Ottenerne traffico di ricerca organico;
- Costruire Annunci (TikTok, Facebook, Instagram e LinkedIn) e Google AdWords;
- Fare guest posting;
- Progettare landing page;
- Progettazione grafica e video;
- Rendere più veloce un sito web.

Non bisogna confondere la consulenza con il pubblicare al posto del mio cliente sui social o sul blog, e la consulenza non è costruire un sito web.

Ma la consulenza è aiutarti a capire i tuoi problemi e ideare una *strategia* al tuo fianco, magari aiutarti a prendere una decisione importante per la crescita della tua attività.

Cosa fa un consulente di marketing? I consulenti di marketing devono essere “eclettici e fluidi”.

Cosa rende eccellente un consulente di marketing?

Un buon consulente di marketing ha il potere della versatilità, quando si parla di marketing oggi c'è confusione, tutti sono esperti. Basta cercare un po' su Google e trovi l'impossibile sul tema. Ognuno ha le sue opinioni perché:

- Usano Google;
- Leggono i blog;
- Frequentano webinar;
- Usano i social media.

Serve una potente capacità di **diagnostica** per essere eccellenza in questo campo, occorre una grande capacità di *diagnosticare i problemi aziendali*, non semplice da fare perché non sempre evidenti in superficie, ci vuole **focus**, bisogna concentrarsi su quali siano gli obiettivi dell'impresa che ti contatta e una continua **formazione, imparare e sperimentare** costantemente. Il ritmo è tremendo, tutto cambia in un istante, il *ritmo del cambiamento* non si ferma mai e accelera sempre di più.

Emergere come *consulente di marketing* è incredibilmente difficile oggi e nel corso dei prossimi anni sarà ancora più competitivo. È incredibile ciò che si vede oggi, sempre più persone diventano “imprenditori” grazie ad Internet tentando di fare “business on line”, ciò mi spaventa e sta accadendo anche molto velocemente.

Serve tanta forza per costruire *consenso* e serve anche *sintonia* con gli **stakeholder** (ciascuno dei soggetti direttamente o indirettamente coinvolti in un progetto o nell'attività di un'azienda), con cui il marketing ha impatto.

? **Esempio:** il marketing ha un notevole impatto con

- Lo sviluppo delle *vendite*;
- Il successo del *cliente*;
- La strategia del *prodotto*;
- Le operazioni di *finanza*;
- Le azioni *tecnologiche*;
- Qualsiasi tipo di *hardware e software*;
- Le *telecomunicazioni*;
- Il *networking* con una *channel strategy*.



I consulenti di marketing possono davvero svolgere un ruolo fondamentale.

Cosa fa un consulente di marketing? Ecco i motivi principali per cui dovresti assumere un consulente di marketing.

Perché assumere un consulente di marketing?

Il motivo per cui la maggior parte delle aziende assume *consulenti di marketing* può variare notevolmente a seconda del contesto.

Ne ho parlato spesso nel gruppo [IMAGINERS](#), il cliente assomiglia molto di più a un influencer aziendale, il cliente è un decisore aziendale, il cliente tuo è un mio cliente, uno stakeholder con cui bisogna interagire.

Poi dipende dal settore e, soprattutto, dalla dimensione aziendale:

- Le grandi aziende, magari che hanno team di marketing interni, tendono ad assumere *consulenti di marketing specialisti* e più di *nicchia*;
- Le piccole aziende in genere hanno bisogno di *consulenti di marketing versatili*, che sono in grado di assumere più profili diversi.

Le skill sono tante:

- La strategia Go to Market ;
- Copywriting;
- Strategia dei contenuti
- Marketing automation;
- Lead generation;
- Lead nurturing;
- SEO;
- Social media;
- Adwords, ricerca a pagamento;
- Sponsorizzazioni, social a pagamento;
- CRM;
- Successo del cliente;
- Marketing sul prodotto.

Se lavori con una piccola azienda, c'è una buona possibilità che tu debba avere più della metà di queste skill.

Devi essere tu stesso ad avere quella competenza, oppure devi essere davvero pieno di risorse, per riuscire a coinvolgere esperti, eventualmente per colmare le lacune, che non necessariamente hai.

Quanto costa un consulente di marketing?

La sfida più grande è quanto pagare, la maggior parte delle persone salta questa cosa, sarebbe perfetto preparare varie alternative.

Una volta che il cliente concorda sul valore che potrebbe ricevere, quello che devi fare è offrire più opzioni.

? **Esempio:** io offro diverse opzioni di consulenza:

- [Personalizzata](#);
- [Mensile](#);
- [A progetto](#).

Non sottovalutare mai te stesso, non deve importarti. Se scelgono il prezzo più basso, ottengono la quantità di lavoro giusta, la terza opzione più alta, significa offrire il massimo valore per il cliente, la sfida più grande e la responsabilità più alta.

Questo è solo un punto di vista da *consulente di marketing*, ma ciò che rende eccellente un consulente di marketing sono le specializzazioni e anche i tipi di [clienti](#) con cui si lavora di solito.

In primo luogo bisogna risolvere i problemi aziendali delle aziende di cui sono consulente di marketing, come questo articolo, se è servito ad aiutarti a risolvere uno dei tuoi problemi aziendali.

E tu lavori attualmente con consulenti di marketing? Fammelo sapere nei commenti o su [Instagram in DM](#).

Se hai bisogno di assistenza individuale, senti libero di [contattarmi](#) e magari iscriviti alla mia newsletter:

Non vedo l'ora per ascoltare le tue storie, ti auguro di trovare il tuo consulente di marketing giusto e di talento, colui che saprà aiutarti a far crescere la tua attività.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 6 Dicembre 2021