

GIANNI VACCA | SIMONA LODOLO

# CHI HA UCCISO IL TUO CLIENTE?

---

Il primo, avvincente  
giornale di marketing  
che salverà il futuro  
della tua impresa.

# PREFAZIONE



ENGAGE



# Chi ha ucciso il tuo Cliente?

Il 1° avvincente giallo di marketing che salverà il futuro della tua impresa

## Prefazione

A cura di un ospite d'eccezione:

Marco Rocca, AD e fondatore di Mottolino Fun Mountain  
[www.mottolino.com](http://www.mottolino.com)

Parlare di marketing oggi è un po' come ripercorrere gli ultimi anni della mia attività. Quelli decisivi. Quelli che mi hanno portato a raggiungere traguardi che nemmeno potevo immaginare. Per questo, quando Gianni e Simona mi hanno chiesto di scrivere una prefazione del loro libro, ho accettato con piacere e con entusiasmo. Il marketing è stato, per Mottolino, una vera e propria svolta verso la crescita e sono certo che può rappresentare lo stesso cambiamento per tantissimi altri colleghi imprenditori.

Se penso al marketing, penso a cosa significhi per un'impresa: maggiore visibilità e nuovi clienti.

“Non c'è strumento più efficace del passaparola dei clienti esistenti” mi dicono molti colleghi. Ed è vero. Tuttavia, pur con questa consapevolezza, l'azienda non può esimersi dall'agire attivamente sul mercato. Un'impresa, infatti, ha il dovere di farsi conoscere, di fare nuovi clienti, di generare nuovo passaparola positivo. Certo, può riuscirci solo se ha la capacità di dar vita a un prodotto unico, a un'esperienza emozionante.

Non importa quante risorse un'impresa abbia a disposizione. Non importa il settore in cui operi, né tanto meno le dimensioni. Persino un “semplice” bar deve trovare qualcosa di unico da proporre, un prodotto diverso dalla concorrenza e deve poi presentarlo in modo originale e inimitabile. Solo così lo renderà appetibile e più facilmente memorizzabile dai clienti che lo sceglieranno.

Marketing, per me, significa: non attendere. Agire. Cercare. Costruire.

Tutto ciò non vale solo nel mio settore, quello degli impianti di risalita, ma si applica anche a tanti altri imprenditori.

## Chi ha ucciso il tuo Cliente?

Il 1° avvincente giallo di marketing che salverà il futuro della tua impresa



Se, come imprenditore, ti limiti a gestire “solo” il tuo business e ti aspetti che qualcun altro costruisca il rapporto con il cliente, e, nel mio caso, lo porti da te, fai un grandissimo errore.

Se non costruisci il rapporto ma dipendi da altri fattori esterni all’azienda e che non puoi controllare del tutto (nel mio caso gli enti locali, gli alberghi; nel caso di un’azienda, potrebbero essere i venditori plurimandatari oppure i punti vendita, ad esempio) sarai sempre a rischio: se “gli altri” sono stati bravi, avrai il pienone, altrimenti dovrai mettere in conto incassi ridotti. Non ho mai accettato questo modo di fare. Non mi ci rivedo. Io, i clienti, sono sempre andato a cercarli. Il mercato me lo sono costruito a suon di attività di marketing, proprio insieme a Gianni e Simona. Ho fatto sondaggi, creato esperienze uniche ed emozionanti. Ho studiato una Proposta Unica di Valore che mi distinguesse. Ho creato e mantenuto una linea di comunicazione diretta, costante, con tutti i miei clienti. E sono decine di migliaia!



Da oltre 15 anni lo snowpark Mottolino viene riconosciuto  
come migliore d'Italia e tra i primi 3 in Europa



## Chi ha ucciso il tuo Cliente?

*Il 1° avvincente giallo di marketing che salverà il futuro della tua impresa*

Devo ammettere che il contributo di Gianni e Simona è stato determinante. Soprattutto nel perfezionamento e nell'attenzione ai dettagli che devono essere parte di un'azione di marketing da professionisti.

Prima che li conoscessi, il marketing di Mottolino era molto forte (e lo è tuttora!) nella presenza sui media, questo l'aiuto fondamentale di Paolo Ferretti di HMC. Tuttavia, su altri fronti, era più generico, rivolto alla massa. Fino ad allora, non avrei mai pensato di entrare in contatto direttamente con ognuno dei miei clienti, di comunicare singolarmente con loro. Grazie a Gianni e Simona ho imparato a conoscere meglio i miei clienti, ho scoperto come coltivare il rapporto con loro e ho capito cosa significhi fidelizzarli. Se prima "sparavo un po' nel mucchio", oggi conosco molto meglio il mio mercato e investo con maggiore certezza e in modo più proficuo. Il rapporto professionale e personale con i due consulenti marketing è stato per me illuminante.

Ci sono tante ragioni per le quali un imprenditore dovrebbe leggere questo divertente giallo scritto "in salsa marketing" da Gianni e Simona. Tuttavia, me ne vengono in mente tre in particolare e corrispondono proprio a tre dei probabili "serial killer di clienti" che ho scoperto essere presenti nel libro.

Prima di tutto la burocrazia: decisamente complessa, lenta e più costosa in Italia rispetto a molti Paesi esteri con i quali mi spartisco il mercato degli sport invernali ed estivi.

Poi sicuramente i competitor agguerriti; a volte ti prendono di mira e fanno di tutto per farti perdere quote di mercato e, soprattutto, per distoglierti dagli obiettivi che ti sei prefissato.

Infine, le difficoltà nella scelta dei collaboratori; se non sono quelli giusti, capaci di creare un'organizzazione efficace e al contempo positiva, si rischia di mettere in pericolo i risultati economici. Su questo punto Mottolino ha lavorato tantissimo e, oggi, l'azienda non ha solo uno staff performante, ma il clima che si respira è straordinario.

# Chi ha ucciso il tuo Cliente?

Il 1° avvincente giallo di marketing che salverà il futuro della tua impresa



Questo libro offre indicazioni semplici e preziose, consigli da mettere in pratica subito per reagire e cambiare il futuro della propria azienda attraverso un approccio di marketing professionale e non improvvisato, un approccio che permette di “far fuori” i serial killer che minacciano i risultati dell’azienda.

Nel testo non ho trovato solo casi pratici da prendere ad esempio, ma anche suggerimenti ed azioni concrete che si possono attuare in qualsiasi azienda.

Persino lo stile scelto dagli autori, il giallo, offre un ottimo spunto di come un’impresa dovrebbe approcciarsi al marketing: determinazione, precisione, chiarezza, massima attenzione al metodo. Un sistema che sia semplice da condividere e ricco di attività concrete, professionali e misurabili.

È per questo che nel testo riconosco la parola “realtà”, così distante dalle semplici teorie che, parlando di marketing, si sprecano. Sono convinto, infatti, che l’azienda può crescere solo attraverso il confronto diretto con la realtà e con altre imprese.

Questo testo rappresenta proprio il mercato vero, realmente vissuto da tante imprese italiane e descritto con originalità, sincerità e limpida trasparenza dai due autori.

Per concludere, in Gianni e Simona riconosco sicuramente dei consulenti seri e preparati, ma prima di tutto, amici a cui auguro lo stesso successo che hanno contribuito a lasciare anche nella mia azienda.

A partire da questo loro primo giallo di marketing!

Have fun!

Marco Rocca  
*Amministratore Delegato Mottolino Fun Mountain*





# Chi ha ucciso il tuo Cliente?

Il 1° avvincente giallo di marketing che salverà il futuro della tua impresa

## I servizi marketing Open Source Management

Gli obiettivi più richiesti dalle aziende sono incrementare il numero di clienti (e mantenere quelli che si hanno) e imparare un metodo infallibile per la vendita dei propri prodotti. Per questo, all'interno di OSM, è nata una sezione specifica formata da esperti e consulenti di marketing che aiutano l'impresa tanto nelle attività strategiche quanto in quelle operative:

- **CONSULENZA**  
Trasferiamo competenze in azienda, inserendo le persone giuste e creando un metodo di gestione efficace dell'ufficio marketing interno all'impresa.
- **OUTSOURCING**  
Gestiamo il marketing aziendale direttamente con il nostro team, che agisce per conto dell'Imprenditore.
- **AULA**  
Istruiamo e offriamo competenze di marketing attraverso corsi d'aula con un taglio estremamente pratico.
- **EDITORIA**  
Pubblichiamo contenuti di formazione manageriale all'interno della vasta collana Engage Editore, disponibile sul sito [www.engageeditore.com](http://www.engageeditore.com), oltre a curare un blog specializzato in marketing open source all'indirizzo [www.playmarketing.it](http://www.playmarketing.it)

[WWW.CHIHAUCCISOILTUOCLIENTE.IT](http://WWW.CHIHAUCCISOILTUOCLIENTE.IT)