

Quello che ogni marketer di massa deve imparare da Groucho Marx

Di [Seth Godin](#)

Post originale:

What every mass marketer needs to learn from Groucho Marx

http://sethgodin.typepad.com/seths_blog/2010/01/what-every-marketer-needs-to-learn-from-groucho-marx.html

6 Gennaio 2010



Foto di [John McNab](#)

ascoltando.

Sono stati sedotti dal credere che le opzioni sono tutte uguali e che è solo questione di prezzo. In termini di educazione delle masse a distinguervi, il mercato è guasto.

Aggiustarlo è quasi sempre una battaglia persa.

Solo perché siete bravi in qualcosa non significa che al mercato gli debba ancora interessare.

I Fratelli Marx erano grandi nello spettacolo di varietà, la commedia dal vivo in teatro. Poi il mercato dei varietà fu ucciso dal cinema. Groucho non si lamentò di questo, né si mise a polemizzare sul fatto che le persone avrebbero dovuto rispettare il duro lavoro che lui ed i suoi fratelli ci avevano investito. No, entrarono nel Cinema.

Poi il mercato, per i film del tipo che facevano i fratelli Marx, si prosciugò. Groucho non si mise a cercare di correggere il mercato, invece, vide un nuovo Media e andò lì. I suoi lavori in TV sono stati tra i suoi migliori (e certamente i più redditizi).

Il reclamo forse più lamentoso che ho sentito da parte di organizzazioni fa più o meno così: "abbiamo lavorato duramente per diventare molto bravi in XYZ. Siamo ben considerati, abbiamo talento ed ora, tutto quello che importa al mercato è il prezzo. Come possiamo fare per avere un vasto pubblico che dia valore al nostro lavoro e compri ancora da noi?"

A quanto pare, la maggior parte del vostro mercato non vuole più acquistare il top della linea di mobili, dei servizi di cura del prato, dei servizi contabili, dei servizi di sartoria, di consulenza ... tutto ciò che vogliamo è la più economica.

Le masse non vogliono il PC portatile migliore, vogliono solo quello con le caratteristiche giuste, al giusto prezzo. Non è perché la gente è egoista (anche se lo sono) o miopi (anche se lo sono). È perché in questo mercato, in questo momento, non stanno

E 'estremamente difficile aggiustare il mercato.

È molto più facile trovare un mercato che rispetterà e pagherà per il lavoro che sapete fare. Le aziende tecnologiche hanno corso in questa gara per anni, adesso tutti noi dobbiamo farlo.

Se Wal-Mart o qualche altro cambiamento culturale hanno trasformato quello che facciamo in una merce, non mettetevi a discutere, trovate un nuovo posto prima che lo faccia la concorrenza. Non è facile o giusto, ma è vero; potete scommetterci la testa.

Vi prego di notare che ciò che ho scritto sopra si non si applica ai business di nicchia. Infatti, per quelli vale esattamente il contrario. È possibile campare abbastanza bene vendendo PC portatili su misura o fare ancora oggi dell'avanspettacolo, anche se alla massa del mercato non gliene importerebbe un bel niente.

Come abbia fatto ad entrare nel mio pigiama, non lo saprò mai ... *(citazione da Groucho Marx: "Un giorno sparai ad un elefante in pigiama. Come abbia fatto ad entrare nel mio pigiama non lo saprò mai." - N.d.T.)*



Seth Godin

Traduzione di **Marco Dini**

Foto di **John McNab**

Originale: <http://www.flickr.com/photos/johnmcnab/3915501809/>

Diritti di riproduzione: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/deed.it>

Questo articolo si trova qui: <http://www.ideawebitalia.it/sem/1566/>

Altri articoli di Seth Godin pubblicati su IdeaWebItalia:

<http://www.ideawebitalia.it/author/seth-godin/>