

---

## Assimilare il lifetime value

Di **Seth Godin**

Articolo originale: **Embracing lifetime value**

[http://sethgodin.typepad.com/seths\\_blog/2009/11/embracing-lifetime-value.html](http://sethgodin.typepad.com/seths_blog/2009/11/embracing-lifetime-value.html)

19 Novembre 2009



Quando entrate in un negozio di cellulari di una compagnia telefonica per firmare un contratto, quanto valete?

Data l'enorme margine lordo di AT&T e Verizon ed il contratto standard di due anni, credo che il valore di tutta la durata della vita del rapporto commerciale (lifetime value) si possa valutare facilmente in più di 2.000 dollari.

Se gestiste un business dove un nuovo cliente rappresenta ulteriori 2.000 dollari di profitto, quanto personale impieghereste? Quanto tempo fareste aspettare qualcuno? Se il costo del personale è 25 dollari l'ora, quanto tempo ci metterebbe quella persona in più, per ripagarsi?

Poche imprese comprendono (comprendono appieno) quanto vale un cliente.

Aggiungete a questo il profitto supplementare che si ricava da un cliente felice, che parla di voi: può facilmente raddoppiare o triplicare il lifetime value.

Così, un chiropratico potrebbe probabilmente vedere in un nuovo paziente, un valore di 2.500 dollari. Eppure ... quanto spende per corteggiare, soddisfare e sedurre il nuovo cliente?

La mia ipotesi è che al terapeuta, 50 dollari gli sembrano un sacco di soldi. Invece di confrontare ciò che investite, con il beneficio ricevuto dal primo conto che gli presentate, dalla prima visita, dalla prima transazione, è importante non solo riconoscere, ma avere la percezione nitida del vero valore dell'intero ciclo di vita di un nuovo cliente.

Scrivetelo, affiggetelo al muro. Che cosa accadrebbe se spendeste il 100% di tale importo in ognuno dei prossimi dieci nuovi clienti? Questo è più denaro di quanto dovete spendere adesso, lo so, ma cosa accadrebbe? Immaginate quanto rapidamente potreste crescere, con quanta velocità si diffonderebbe la vostra fama.

Ecco come saprete quando avrete davvero assimilato questo concetto: un buon cliente del vostro studio di podologia (o supermercato, o studio commercialista) esce dalla porta arrabbiato e voi vi girate verso il vostro partner e dite: "ecco 74.000 dollari che se ne vanno".

**Seth Godin**traduzione di **Marco Dini**

Questo articolo si trova qui:

<http://www.ideawebitalia.it/sem/2592/>

Altri articoli di Seth Godin:

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

**Foto iniziale**

Autore: [zizybalooah](#)

Originale: <http://www.flickr.com/photos/zizy/89696604/>

Licenza d'uso: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.0/deed.it>