

Come il Web ha impatto sulla strategia

Di **Gerry McGovern**

Articolo originale:

How the Web impacts strategy

<http://www.gerrymcgovern.com/nt/2012/nt-2012-03-05-Web-impact.htm>

5 Marzo 2012



© Noam - Fotolia.com

Grazie al Web, i clienti hanno più potere e sono più esigenti ed inoltre possiamo imparare molto di più su di loro.

Il Web sposta il potere, dalle organizzazioni, verso i clienti. Storicamente, gli strumenti di organizzazione erano risorse scarse e costose. Mettere insieme un paio di migliaia di persone, inducendole a lavorare per un obiettivo comune, non era un'impresa facile; ma il Web ha democratizzato la capacità di organizzare. Dall'età dell'organizzazione monarchica, il Web ha inaugurato l'era democratica del cliente.

Conseguire una strategia organizzativa ha implicazioni significative: le organizzazioni non possono più fare pressione pubblicitaria al cliente, per riuscire a coinvolgerlo. Le organizzazioni non possono controllare più così facilmente il messaggio, mediante le pubbliche relazioni. Le organizzazioni non possono

più pensare che i clienti investano il loro tempo per imparare la lingua dell'organizzazione e/o come utilizzare i prodotti e i servizi dell'organizzazione.

Il cliente richiede semplicità, richiede che le organizzazioni la organizzino intorno a loro. Il 'facile da usare' è uno tsunami generato dal cliente, che si propaga in tutto il mondo. Facilità d'uso e semplicità, oggi devono essere al centro della strategia organizzativa.

Sul web, il cliente sa quello che vuole. La ricerca, per sua stessa natura, è una attività diretta ed intenzionale. Quando è stata l'ultima volta che siete andati su Google ed avete detto: "Non so cosa cercare. Qualcuno mi dia un suggerimento".

Ciò ha ripercussioni significative per la strategia di marketing. Molte iniziative web sono dominate dal pensiero del marketing tradizionale, orientato ad ottenere l'attenzione. Questo approccio influenza notevolmente la progettazione delle pagine web, in particolare la home page. Ma quando i clienti arrivano sul vostro sito avete già la loro attenzione. Loro hanno delle domande, hanno un compito che vogliono portare a termine rapidamente.

Sul Web i clienti lasciano sempre una traccia, ovunque vadano lasciano impronte digitali. Quindi abbiamo questa insolita combinazione di un cliente fiducioso, che ha potere decisionale, di cui conosciamo sempre di più.

Una società di tecnologia con cui lavoro, ha un sacco di clienti che hanno bisogno di scaricare più volte un determinato software. Memorizzando la storia di questi download e ripresentandola nella modalità 1-click download, risparmiano ai loro clienti sacco di tempo.

Utilizzare la conoscenza sui clienti per semplificare loro la vita, è una situazione vincente per entrambi. Abusare di questa conoscenza è un business sempre più rischioso. I social media sono le public relation e la pubblicità del cliente; gli strumenti di comunicazione oggi sono nelle mani dei clienti.

Uno dei modi più semplici ed efficaci per capire i clienti, consiste nell'osservare il loro comportamento. Il Web è un laboratorio del comportamento umano e la conoscenza di questo comportamento, spesso si acquisisce meglio, osservando un cliente che tenta di portare a termine un compito. Tutto questo può essere fatto a distanza. In effetti, l'osservazione remota è la forma più economica, rapida ed efficace di osservazione.

Il Web sposta la strategia, dall'essere focalizzati su come le cose vengono prodotte, a come vengono utilizzate, come sono consumate. E' l'esito finale ed il comportamento, quello a cui dobbiamo prestare attenzione, non l'input. I clienti richiedono facilità d'uso. Il modo per rendere le cose facili da utilizzare, è quello di comprendere meglio il comportamento dei clienti. Per fare questo abbiamo bisogno di osservare quello che fanno le persone.

Se la vostra organizzazione vuole fare il miglior uso del web, concentrate la strategia nel rendere le cose facili ai vostri clienti.



Gerry McGovern

Traduzione di **Marco Dini**

Altri articoli di Gerry McGovern: <http://www.ideawebitalia.it/author/gerry-mcgovern/>



Questo articolo si trova qui:

www.ideawebitalia.it/web-content/3941/