

Retail, le migliori strategie di marketing

Pubblicato: Martedì 2 Novembre 2021



Per essere competitivi nel tumultuoso mondo odierno occorre essere sempre al passo delle innovazioni tecnologiche. Il potere di internet ha già rivoluzionato in modo significativo il mondo delle vendite e al giorno d'oggi il mondo degli e-commerce è in continua espansione. Del resto niente è più comodo e allettante di poter acquistare qualsiasi prodotto o servizio senza nemmeno uscire dalla propria casa. Nonostante questo però la vendita al dettaglio non è ancora giunta al suo tramonto e la tecnologia sta assumendo un ruolo sempre più importante, si pensi solo alla realtà aumentata o alla comunicazione digitale. Insomma, il retail è in continuo cambiamento ed è quindi normale puntare sempre a nuove strategie di marketing così da rendere possibili maggiori personalizzazioni del servizio e migliorare le esperienze d'acquisto da parte degli utenti. La giusta strategia di marketing consentirà di differenziare un brand dalla concorrenza e anche di aumentare la fedeltà dei clienti.

Retail marketing: come individuare le strategie vincenti

L'esperienza d'acquisto è sicuramente la differenza più sostanziale esistente tra lo shopping in un negozio fisico e quello online nei siti di e-commerce. Al giorno d'oggi insomma i negozi non si possono limitare a distribuire prodotti ma dovranno regalare anche delle esperienze. Una delle strategie di marketing sicuramente più efficaci è quella di creare un senso di urgenza nei clienti. In questo caso stiamo parlando di una strategia davvero molto efficace in quanto mette "pressione" al pubblico aumentando così la possibilità che decida di effettuare l'acquisto. Non si tratta di una tecnica di marketing propriamente innovativa ma è comunque molto efficace e oggi può aprire a nuovi scenari

sfruttando le potenzialità che sono messe a disposizione dalla tecnologia. Non a caso è proprio così che funzionano i famosi “saldi”, ovvero creando un senso d’urgenza nei potenziali acquirenti. Come vedremo esistono diverse possibili strategie retail che si possono mettere in campo e scegliere una piuttosto che l’altra dipenderà anche dagli obiettivi che ci vogliamo prefiggere.

Strategie retail: l’SMS Marketing

Sempre più venditori al dettaglio si affidano ad aziende come Ediscom per sfruttare i servizi di **SMS Marketing**. Il motivo è che si tratta di una strategia davvero molto efficace per acquisire e profilare nuovi contatti utili. I tradizionali SMS sono ancora uno strumento interessante e consente di interagire con i propri clienti. Gli SMS sono facili da utilizzare e comprendere e, cosa da non sottovalutare, sono contemplati in qualsiasi tipologia di smartphone potendo così arrivare potenzialmente proprio a tutti. Il segreto del successo di una buona strategia di SMS marketing è che gli sms vengono quasi sempre letti prima di essere cancellati, diversamente da quello che accade, ad esempio, con la posta elettronica. Non solo, la stragrande maggioranza di utenti preferisce sicuramente ricevere un SMS piuttosto che un contatto telefonico. Rispetto a un operatore che ci contatta per proporci promozioni o prodotti scontati infatti, un SMS è sicuramente molto meno invasivo. Prima di intraprendere una campagna di SMS marketing comunque conviene prima cercare di capire quali sono gli obiettivi che si vogliono conseguire e valutare il budget a disposizione. Gli SMS servono a inviare brevi messaggi di tipo testuale da un dispositivo mobile all’altro. L’attività di SMS marketing consiste in sostanza nell’inviare SMS ai consumatori per informarli di sconti e promozioni oppure per comunicare offerte limitate o novità pertinenti l’attività commerciale. Ecco perché possiamo considerare gli SMS come un mezzo formidabile per invitare i clienti all’azione e porre così le premesse a un ampliamento costante di vendite e fatturato.

Strategie marketing e Social media

Arriviamo ora a un altro dei campi “caldi” del marketing online, quello che riguarda i social media, oggi sempre più al centro dell’attenzione di milioni e milioni di utenti. Sfruttare tutta la potenza dei social media diventa quasi un’esigenza e non è quindi pensabile per un’azienda sottovalutare l’importanza di una corretta gestione su questi canali di comunicazione. Delle buone strategie social media di marketing dovranno essere mirate a farsi conoscere tra i clienti, fare branding e ad aumentare la riconoscibilità e fedeltà di un marchio. Il segreto del successo dei social media è che consentono una elevata targhettizzazione e segmentazione, cosa che ci consente di far conoscere i nostri prodotti e servizi esattamente alla tipologia di cliente che desideriamo.

Quando si parla di social media marketing ci riferiamo a tutto quell’insieme di strumenti di marketing digitale che consente alle aziende di comunicare con i consumatori. Il social media marketing si occupa quindi di pianificazione, gestione e controllo di qualsiasi attività di marketing e comunicazione che afferisce i social media. La funzione è quella di consentire all’azienda di coinvolgere utenti e potenziali clienti e quindi di costruire un vero e proprio rapporto di fiducia tra le persone. Dobbiamo quindi interpretare i social come uno strumento non invasivo per avere un contatto con gli utenti. Una buona strategia mirata a rafforzare la presenza sui social media rappresenta un investimento a tutti gli effetti.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it