

COMUNICATO STAMPA  
4 APRILE 2014

## COME TROVARE NUOVI CLIENTI GRAZIE A UNA COMUNICAZIONE EFFICACE

*Imprenditori veneti a confronto, giovedì 3 aprile, nella sede di Confapi Padova: al centro dell'incontro le strategie da applicare per svilupparsi a livello commerciale. Marco Gusella: «Cari imprenditori, o il vostro brand diventa riconoscibile per il suo valore specifico oppure non può esserci futuro. Non dovete costruire semplici prodotti ma "esperienze" che ispirino fiducia».*

Il titolo dell'incontro era suggestivo: "Come trovare nuovi clienti con una comunicazione efficace" e, non a caso, ha richiamato numerosi partecipanti. Sala gremita, giovedì sera, per l'incontro organizzato da Gusella Adv, agenzia di comunicazione e marketing padovana, nella sede di Confapi, sempre attenta a fornire ai propri associati nuove opportunità di sviluppo commerciale. Ad ascoltare **Marco Gusella**, **Stefano Marchi** e **Paolo Volpe**, relatori dell'evento, un'attenta platea di imprenditori veneti.

Al centro dell'intervento di Marco Gusella, presidente dell'agenzia - introdotto dal saluto di **Davide D'Onofrio**, direttore di Confapi Padova - il concetto di brand. «Quello che fino a pochi anni fa era semplicemente il simbolo dell'impresa, che spesso coincideva con il nome del proprietario, oggi deve per forza essere qualcosa di più: o costruiamo il nostro marchio diventando riconoscibili per qualche valore specifico o non può esserci futuro per la nostra azienda. In questo senso si può dire: *brand or die*. Non dimenticate che il marketing è questione di valori e che la gente ricorda quello che conosce. Ecco perché dico che le aziende non devono costruire semplici prodotti ma *esperienze*, in grado di ispirare fiducia nel cliente».

A Stefano Marchi, che si occupa di strategie digitali per l'agenzia, il compito di dare qualche utile consiglio, partendo dal presupposto «che il vostro competitor diretto, oggi, può essere dall'altro lato della strada ma potrebbe anche trovarsi in Cina» e considerando come, «ancora nel 2005 il consumatore medio eseguiva il suo acquisto davanti allo scaffale, mentre oggi solo il 10% delle persone arriva impreparata di fronte al prodotto». Tv, radio, giornali, amici, internet sono tutti mezzi di cui tener conto. Per questo ogni azienda, nella propria attività di comunicazione, deve seguire quattro direttive basilari: «Dare peso alle immagini, molto più impattanti delle parole; farsi trovare in rete; ascoltare quel che si dice di noi in rete; e stimolare il dialogo, il passaparola positivo legato all'azienda».

A Paolo Volpe, anthropodesigner, il compito di chiudere i lavori, affrontando un concetto fondamentale. «L'innovazione, è questo che rende vincente un'azienda. Le aziende non falliscono perché fanno le cose sbagliate, ma perché fanno sempre le stesse cose. Possiamo valutare caso per caso le migliori strategie di comunicazione online, ma non dobbiamo dimenticare che la rete è soltanto un mezzo. Il fine, ma anche il punto di partenza, sono le persone».

CONFAPI PADOVA

*Associazione delle Piccole e Medie Industrie della Provincia di Padova*

*Nella foto Davide D'Onofrio e Marco Gusella nella sede di Confapi Padova*

Diego Zilio

**Ufficio Stampa Confapi Padova**

[stampa@confapi.padova.it](mailto:stampa@confapi.padova.it)

393 8510533