



Riconsiderare il mercato delle liste business to business (by R. Gibson)

Gli universi delle liste b2b sono in calo, vanno dunque riconsiderati segmenti finora poco sfruttati o emarginati.

Alcune pubblicazioni “globali” con un passato rilevante hanno ora chiuso i battenti (le americane “forbes hughes” , “business weekend” n.d.r.) .

2 sono i motivi delle chiusure :

a) ora internet rappresenta un media più veloce ed economico e perciò dalla carta stampata si è passati completamente al web.

b) gli introiti pubblicitari non giustificano i costi di stampa e diffusione delle riviste.

Ma tutto ciò ha avuto delle ripercussioni sul mercato della offerta delle liste (le liste di abbonati a riviste b2b sono molto usate dai direct marketers n.d.r) ; sono così incominciati a calare gli universi delle liste “internazionali” o “globali”.

Tuttavia all’orizzonte sorgono opportunità per chi fa direct marketing internazionale : in assenza di “nomi freschi” bisogna riprendere segmenti finora accantonati. Esistono liste con larghi segmenti, ma serve l’abilità nel dare i giusti consigli per testarli . In questo scenario diventa anche necessario riprovare segmenti che non avevano dato buoni risultati, ma su questo punto occorre essere flessibili. L’impegno di tutti (proprietario, broker , utilizzatore n.d.r.) è quello di migliorare le selezioni e i costi in modo che il “ri-test” del segmento diventi ora profittevole. Una delle chiavi vincenti è l’intervento di un list-broker locale che capisce le dinamiche delle liste internazionali e le aspettative del mercato locale. (è una delle idee di base del modello di business di Lists4Europe). A conclusione di questo ragionamento la determinazione del prezzo a livello locale deve essere flessibile.

Sempre in tema di flessibilità si puntualizza il fatto di focalizzare l’attenzione su forme economiche di reclutamento nuove di clienti/prospect. Si pensi a sfruttare il web oppure a riconsiderare le offerte. Le aziende ora hanno bisogno di aiuto, idee e flessibilità per raggiungere i traguardi prefissati