



INFORMALIBRI

ZERO CONCORRENTI Come usare il brand positioning per differenziarti e farti cercare dai clienti

Marco De Veglia, Roi edizioni

"ZERO CONCORRENTI - Come usare il brand positioning per differenziarti e farti cercare dai clienti" edito da ROI Edizioni è il nuovo libro del consulente e pioniere italiano del Brand Positioning MARCO DE VEGLIA.

Il libro, già nella top ten dei best-seller di marketing su Amazon ancor prima della sua pubblicazione, insegna come definire il proprio business e trasformarlo in un brand. Un testo unico nel suo genere: il primo libro di un autore italiano sul tema del brand positioning ispirato al modello di marketing inventato da Jack Trout, ma che per primo si rivolge alle medie, piccole e micro imprese italiane fino ad arrivare al singolo professionista.

Per fare marketing ci vogliono soldi. Tuttavia Internet ha cambiato le regole del gioco, soprattutto a vantaggio delle piccole aziende: oggi qualunque impresa può investire in marketing con budget contenuti e questo significa che il positioning, strumento nato per la grande azienda, è finalmente alla portata delle piccole realtà.

Qual è la differenza tra marketing che non funziona e marketing che vende? Qual è la chiave per diventare leader della propria categoria e azzerare la concorrenza?

È il brand positioning, la strategia per individuare il messaggio che differenzia il proprio prodotto dai concorrenti rendendolo rilevante e preferibile per il potenziale cliente.

In un mercato dominato da un eccesso di offerta, di informazioni e di pubblicità, "Il brand positioning è un concetto di marketing veramente indispensabile, che l'imprenditore deve conoscere" commenta De Veglia. L'autore racchiude nel libro quasi trent'anni di esperienza con le

piccole e medie imprese italiane e collaborazioni con grandi aziende e multinazionali come Burger King, Averna, De Agostini, Conad, Ikea, Kellogg's, Olivetti e Microsoft.

Oltre a spiegare cos'è il brand positioning, De Veglia illustra come metterlo in pratica, con un approccio pratico step-by-step e attraverso molti reali casi aziendali italiani "per portare un po' di esperienze di trincea", magari anche un po' "sporca e disorganizzata", ma che può fare la differenza".

Uno strumento pratico di formazione, un vero e proprio manuale del brand positioning pensato per l'imprenditore, i consulenti e i liberi professionisti alla ricerca di una strategia "zero concorrenti".

