



## **LE STRATEGIE PRATICHE DI JAY ABRAHAM – L'UOMO DA 9.4 MILIARDI DI DOLLARI – PER ESPANDERE IL TUO BUSINESS E RIVOLUZIONARE LA TUA VITA**

*JAY ABRAHAM è il più grande esperto di marketing strategico al mondo, noto anche come l'uomo da 9,4 miliardi di dollari.*

*Si è occupato delle campagne di marketing di formatori del calibro di Tony Robbins, Stephen Covey, Brian Tracy, Harv Eker, Jack Canfield e tanti altri.*

*Jay ha trascorso gli ultimi 25 anni aiutando e portando ad un successo strepitoso più di 10.000 clienti, in 400 settori diversi, comprese corporation del calibro di IBM, Microsoft, Citibank, e Charles Schwab.*

*Oggi vive con sua moglie e i suoi figli a Palos Verdes, in California.*

*Per maggiori informazioni consultare [www.abraham.com](http://www.abraham.com)*

## **Estratto dal libro di Jay Abraham**

In ogni area della tua vita - a prescindere dal lavoro che fai e dalle sfide che intendi affrontare - non stai probabilmente ottenendo il massimo dei risultati.

Sai perché?

Perché non sfrutti adeguatamente le risorse che hai a disposizione.

Scoprendo le strategie di questo ebook, e combinandole assieme, riuscirai immediatamente a cogliere nuove opportunità, espandere il tuo business, "vendere" le tue idee, influenzare le persone a seguirti, ottenere una nuova promozione, e molto altro.

Potrai crearti la vita di successo che hai sempre desiderato.

Le regole per farlo - che nessuno ha mai avuto il coraggio di svelarti - esistono per davvero e sono contenute proprio qui di seguito.

Se vuoi mettere le mani sulla formula illustrata da Jay Abraham, che ha dimostrato più e più volte di produrre risultati straordinari, eclatanti ed esplosivi ... poni immediatamente fine a questa emorragia finanziaria che ti fa perdere soldi ogni minuto che passa e comincia a leggere senza perdere altro tempo.

Come anticipato le tecniche valgono per qualsiasi cosa tu voglia fare, dal ricevere una promozione su una poltrona più grande e più comoda, al costruire il tuo impero finanziario, al lanciare una startup innovativa.

Per comodità restiamo sull'ambito imprenditoriale cercando di capire la cosa più importante da fare per scavalcare la concorrenza.

Ovvero...

## **1- Come arricchire i tuoi affari rubando questa formula di immutato valore... che la tua concorrenza ancora non conosce.**

### **Cerchi un modo per vendere di più?**

Prima di metterti a piangere, intimorito e sopraffatto dalle numerose possibilità che esistono per ottenere questo risultato, sappi che devi concentrare la tua attenzione soltanto su tre fattori:

1. Aumentare il numero di clienti
2. Aumentare il valore di ogni singola vendita
3. Aumentare il numero di acquisti nell'arco di vita del cliente acquisito

### **Applichiamo dei dati e otteniamo:**

(1000 clienti) X (100€ transazione media) X (2 acquisti all'anno) =  
1000x100x2 = 200 mila € di incassi

Con questa formula sotto mano ti accorgi che gli incassi possono da un istante all'altro raddoppiare se sei in grado di intervenire in modo intelligente sulle variabili coinvolte.

### **Prova ad esempio ad aumentare solo del 10% questi 3 valori..**

(1.100 clienti) X (110€ transazione media) X (2,2 acquisti all'anno) =  
266.220 mila €

Magia? No, realtà.

Un semplice aumento del 10% su tutta la linea espande il tuo reddito del 33,1%!

Adesso siediti dentro la tua sala di comando e comincia a ruotare le manopole per veder sgorgare fiume di quattrini che inonderanno il tuo ufficio.

### **I metodi per farlo sono diversi.**

- 1) Puoi aumentare il numero di clienti con una adeguata campagna di direct mailing o lead generation on line.
- 2) Puoi aumentare il valore di ogni vendita aggiungendo dei "premium optional" (guarda al settore auto come esempio)
- 3) Puoi aumentare il numero di acquisti dai clienti promuovendo offerte speciali dedicate a loro in periodi dell'anno.

C'è sempre qualcosa che puoi fare per prenderti cura del tuo business. Le possibilità sono infinite.

## 2- Innovare nel business è una questione di vista a raggi X

Sicuramente non vuoi che una serie di coincidenze impreviste cambino per sempre il tuo business, e di conseguenza la tua vita, portandolo alla rovina.

Sicuramente non desideri che la causa di tutto questo siano i tuoi diretti concorrenti o persone che normalmente vorresti “eliminare” dalla piazza.

Purtroppo molti disastri che distruggono organizzazioni più o meno consolidate sono in qualche modo preannunciati da segnali di allarme e possono essere evitati.

Il mercato cambia infatti molto velocemente e per sopravvivere al suo interno bisogna adattare di continuo il proprio modo di operare.

Come?

**Il passo fondamentale che un imprenditore deve compiere è reinventarsi continuamente, analizzando nuovi modi di fare le cose, nuove soluzioni e nuovi approcci.**

In una realtà piccola questo è ancora più evidente.

Solo che uno degli errori più frequenti che distrugge l'efficacia del tuo business, limita le vendite, azzerà le possibilità di successo e rovescia ogni probabilità di decodificare quei sistemi adatti ad una crescita esponenziale è usare una mentalità da "specialista".

Tanti imprenditori osservano attentamente il loro prodotto cercando idee innovative per renderlo migliore. Guardano il loro mercato di riferimento e magari intervistano qualche cliente per capire come comportarsi, spesso inseguendo esigenze già soddisfatte da un concorrente.

Così facendo finiscono per copiarsi a vicenda e avanzano molto lentamente e con tanta fatica.

Per ottenere grandi risultati è necessario pensare in modo creativo per combinare assieme una serie di opportunità nella propria azienda o nella propria carriera che la possono elevare su un piano totalmente differente rispetto agli altri.

**Una strategia, uno spunto o un sistema già presente su un'altra industria, prodotto o settore possono rivelarsi una vera "bomba atomica" se messi in pratica all'interno di un ambito che li vede per la prima volta.**

Tante grandi “rivoluzioni” sono frutto di questo semplice processo di trasposizione.

Si tratta di prelevare ciò che ha dimostrato di funzionare in altre aziende, in altri settori, trovare il modo di adattarlo - passaggio fondamentale che spesso viene ignorato - e inserirlo in un contesto differente.

Pensa ad Amazon.

Ha creato la più grande libreria online al mondo, ma le librerie esistevano già. Ha avuto “solo” il genio di applicare un modello che stava già funzionando, in un ambito che stava crescendo rapidamente (si parla del web fine anni 90).

Quindi serve una mentalità volta a ricercare costantemente nuove opportunità e la disponibilità ad agire, talvolta con audacia, per creare qualcosa di indimenticabile e di significativo che nessun altro riesce ad immaginare.

Ci sono principalmente 4 modi per farlo:

Nuovo modo di fare le cose nel tuo settore, mercato o industria.

Riadattare vecchi metodi all'interno di nuovi ambiti.

Applicare nuovi metodi a nuovi ambiti.

Combinare assieme diversi metodi o approcci.

Vai alla ricerca continua di nuovi modi e nuove strategie da applicare ad ogni area del tuo business per ottimizzare, migliorare ed espandere ciò che stai già facendo o che vuoi fare.

Leggi, informati, partecipa ad eventi, e parla con persone di successo.

Lasciati ispirare dalle loro storie e vedi se c'è un modo per riadattare il tutto su di te.

Sai qual è l'obiettivo primario a cui dovresti pensare OGNI mattina?

Trovare il modo di rendere unico, speciale e più interessante il tuo business (o la tua carriera) agli occhi dei tuoi clienti o del tuo datore di lavoro.

Più VALORE crei per gli altri, in modi che nessun altro è riuscito a replicare, più ricchezza sarai in grado di attrarre verso di te.

### **3- Come scoprire in 6 mosse i punti sui quali intervenire per ottenere da subito maggiori risultati nel tuo business**

Anche se una mentalità attenta a cogliere nuovi spunti e idee può sicuramente aiutare a migliorare il tuo business, è necessario identificare punti di forza e punti di debolezza attuali dove concentrare le energie e gli sforzi di miglioramento.

Le seguenti domande finalizzate possono aiutarti a farlo (ce ne sono sicuramente tantissime che puoi farti come esercizio di autovalutazione):

1. Qual è l'LTV (Lifetime Value), ovvero il valore generato mediamente da un cliente lungo il suo periodo di permanenza con te?
2. Che messaggio sta comunicando la mia azienda sul mercato? E' presente in tutti i materiali di marketing che vengono prodotti pre e post vendita? E' di reale interesse per i clienti? Mi differenzia dalle altre soluzioni?
3. Chi sono i miei principali concorrenti, quali sono i loro punti di forza, e come posso fare per renderli dei punti di debolezza che posso sfruttare a mio vantaggio per differenziarmi?
4. Quanto mi costa acquisire un nuovo cliente? Sono in grado di tracciare questo numero? Se sì, è adeguato? Se no, perché non riesco a farlo?
5. Che mix di strategie sto utilizzando per acquisire nuovi contatti? Qual è stata la campagna che ha funzionato meglio? Perché? Ho dei sistemi che mi permettono di far ritornare più volte il cliente e a generare nuovo fatturato?
6. Sono in grado di stimolare referenze in seguito ad una vendita?