



[Home Page](#) > [Articoli](#) > [Company Marketing](#)

Giovedì, 25 Novembre 2004

## PMI il target di molti, il business di pochi

**Tutti le cercano. Pochi conoscono i mezzi per raggiungerle. Il Relation Marketing: una soluzione possibile. Il parere di Coletta Ballerini, Managing Director di COMUNICAZIONE 2000.**

*"Alla difficoltà di emergere in un mercato fortemente concorrenziale si aggiunge, per le grandi aziende, quella di stabilire un contatto concreto con le realtà produttive che costituiscono il tessuto economico italiano"* dice Coletta Ballerini, Managing Director di COMUNICAZIONE 2000, agenzia specializzata in Relation Marketing che si rivolge alle aziende che intendono raggiungere il mondo della PMI.

Dal banking alla formazione, dal trading on line all'energia, dalla telefonia alla moda. Tutti palesano interesse per il mercato delle PMI. Imprese piccole e medie solo per dimensioni. Grande è, infatti, il loro apporto allo sviluppo dell'economia nazionale. Grande, forse grandissimo, se le si guarda da una prospettiva business, è il mercato che esse vanno a costituire.

In particolare è il mondo dell'ICT a distinguersi per interesse dimostrato. Le PMI sono divenute l'obiettivo strategico delle più grandi aziende. Il motivo? Semplice, ma duplice. Da una parte le recenti possibilità di finanziamenti - riservate alle piccole e medie realtà produttive italiane - destinati all'innovazione tecnologica. Dall'altra, la sempre più marcata presa di coscienza degli stessi distretti industriali del fatto che proprio sull'innovazione, oggi, si gioca la **competitività produttiva**.

Al fervente attivismo degli uffici marketing delle grandi aziende, sempre più impegnati nella definizione di strategie commerciali mirate, sembra corrispondere, a livello manageriale, la piena e diffusa consapevolezza delle difficoltà esistenti nel raggiungimento del target. Da più parti si constata e, a ragione, quasi si "denuncia" il fatto che le piccole e medie imprese sono cercate da molti ma raggiunte con efficacia - soprattutto economica - da pochi.

I distretti sembrano andare a definire un network di "fortezze", di piccole e medie dimensioni, messe sotto assedio, ciascuna, da un corposo numero di assediati - sia concessa la metafora - tra i quali solo alcuni, pochi, riescono a stabilire i canali, o meglio, i contatti giusti e maggiormente proficui per la conquista. Dal canto loro, le PMI immerse, così come sono, in un mare magnum di offerte, soluzioni e servizi trovano difficoltà nello scegliere.

**Su cosa puntare, quindi, per orientare quella scelta?** Un interrogativo cruciale e da cui dovrebbero muovere le pianificazioni strategiche.

Il direct mail, la costruzione di vetrine on line, la definizione di newsletter dedicate, la semplice promozione di soluzioni on line e off line e tutti gli altri strumenti del CRM sembrano insufficienti. *"Si impone la necessità di integrare quei mezzi in una strategia competitiva più ampia e più estesa nel tempo"* afferma la Managing Director di COMUNICAZIONE 2000.

**La rete web ci ha, ormai, insegnato a ragionare in termini di link. Le relazioni, prima di tutto.** *"Le PMI - continua la Ballerini - si raggiungono solo attraverso la conoscenza, la comprensione delle dinamiche che le regolano e, non meno importante, attraverso l'analisi delle esigenze che le sono proprie".* Una conoscenza che non nasce dal nulla ma che *"si genera dalla presenza attiva ad eventi studiati ad hoc e - conclude Coletta Ballerini - non ultimo nell'investire nei partner strategici più inseriti nel tessuto di interesse".*

Federico Bastoni (23/11/2004)

[Torna all'indice](#)

---

Ti è piaciuto questo articolo? Iscriviti alla nostra [Mailing List](#) e riceverai una mail ogni volta che viene pubblicato qualcosa di nuovo e di interessante. [Clicca qui](#), non perdere tempo e iscriviti subito



---

Aziende News è un progetto [C&C](#) - © [Cultura & Comunicazione](#)- Tutti i diritti riservati  
Direttore Editoriale [Chiara Razzari](#) - Direttore Tecnico [Francesco Spiritelli](#)  
[Copyright e Privacy](#) | [Chi siamo](#)