

# The valdar series



Le storie sono uno dei metodi più efficaci per apprendere, motivare e coinvolgere le persone. Esse ci permettono di entrare in contatto con le emozioni e le esperienze dei personaggi, aiutandoci a comprendere meglio noi stessi e gli altri.

*Ma come fanno gli scrittori e i registi a creare storie così coinvolgenti?*

Ciò che rende una storia interessante è la presenza di un personaggio, o eroe, che ha un obiettivo, ma deve affrontare degli ostacoli prima di poterlo raggiungere. Questi ostacoli, o nemici, possono essere fisici o



emotivi, e rappresentano le sfide che ogni persona deve affrontare nella vita. In un momento di massima disperazione, il protagonista incontra una guida, un mentore o un amico che gli offre un piano e lo sprona ad agire per superare l'ostacolo. Questa azione aiuta il personaggio a evitare il fallimento e a raggiungere il successo.

Questo schema narrativo, noto come "viaggio dell'eroe", è stato utilizzato per secoli in molte delle storie più famose del mondo, dalla mitologia greca alle fiabe.

Questo approccio narrativo può essere applicato anche alla comunicazione, dove gli elementi della narrazione possono essere utilizzati per coinvolgere il pubblico e creare un messaggio memorabile.

La presenza di un personaggio, una trama interessante, un ostacolo da superare e un messaggio chiaro possono contribuire a rendere la nostra comunicazione davvero speciale.



## Mark, l'eroe



### **Mark è il cliente, il protagonista.**

Alla costante ricerca di un'agenzia di comunicazione, ha bisogno di qualcuno in grado di valorizzare la sua azienda attraverso un marketing mirato ed efficace.

## Valdar, il nemico



### **Emblema della cattiva comunicazione, Valdar**

stordisce i suoi clienti con l'incomprensibile "Vichinghese antico", non lasciando loro tempo per parlare e offrendogli misere soluzioni standardizzate per il loro marketing.

## Volpet, la guida



**Volpet è l'aiutante** in grado di risolvere efficacemente i problemi del cliente.

È un fermo sostenitore della strategia: l'unica vera soluzione per allontanare il cliente dalle "cattive agenzie".

# Il rumore fa brutti scherzi

Baccano, chiasso, rumore: questo è ciò che sente il nostro eroe Mark.

In cerca di un'agenzia in grado di valorizzarlo, Mark è sommerso dal fracasso delle "cattive agenzie", che invece di aiutare i propri clienti orientandoli verso una comunicazione chiara, si riempiono la bocca di parole difficili e dati incomprensibili.

Il perfido vichingo Valdar, acerrimo nemico di Mark, è proprio a capo di una di queste agenzie. Attraverso terminologie confuse e tecnicismi, Valdar disorienta i suoi clienti con il "Vichinghese antico", una lingua in disuso ma che lui e molte altre persone là fuori continuano a parlare sperando di attirare l'attenzione.

È evidente che Mark ha bisogno di aiuto. Ciò che gli serve è un'agenzia di comunicazione che sappia distinguere

il rumore dalla comunicazione efficace.

La buona comunicazione viene considerata tale quando tutti gli interlocutori si capiscono e parlano la stessa lingua,

cosa che nel panorama di oggi sembra davvero impossibile.

*Come si può valorizzare qualcuno senza averlo ascoltato a fondo?*

Con questi pensieri in testa, Mark continua la sua ricerca...

Ed è proprio in quel momento che, per caso, fa la conoscenza di Volpet, anch'esso un po' demoralizzato per il troppo rumore.

Mark entra subito in sintonia con Volpet, e quest'ultimo si propone addirittura come la persona (o l'animale) in grado di aiutarlo.

Ma il nostro eroe, forse sfinito per la troppa ricerca, decide di cedere alla tentazione e, dopo aver insistito particolarmente, riesce a convincere Volpet a seguirlo nella promettente (almeno a parole) agenzia del vichingo Valdar...

L'UNICO VERO MARKETING  
LO TROVI SOLO QUI!

MI SERVE  
AIUTO PER COMUNICARE.  
SONO CONFUSO SU COME  
FARLO, SPECIALMENTE CON  
TUTTE QUELLE RISORSE  
TECNOLOGICHE  
LÀ FUORI

WEB & SOCIAL ADV

STRATEGIA

SEO, SEM,  
SEARCH, DISPLAY

E-COMMERCE, CRO  
ANALYTICS E BRO



# La Valdar comunicazione

Varcata la soglia della “Valdar Comunicazione”, Mark e Volpet vengono invitati dal vichingo a seguirlo nel suo ufficio.

Una volta dentro, i due amici rimangono di sasso di fronte a ciò che gli si para davanti.

Decine di schermi, grafici e lavagne costellano le pareti, e un incessante rumore di fondo aleggia continuamente nella stanza.

Valdar, dopo aver fatto accomodare i suoi ospiti, inizia ad elencare i suoi piani per l'azienda di Mark...

*“Tramite un approccio data-driven creeremo personalized experiences omnicanale per favorire la lead-generation e ottimizzare i conversion rates e...”*

Mark rimane ammaliato dalle parole di Valdar anche se, a dirla tutta, ne capisce solo

una piccola parte. Fiutando il pericolo a cui il suo amico sta per andare incontro, Volpet cerca di avvisare silenziosamente e con lo sguardo il povero Mark, proprio mentre il furbo Valdar estrae dalla sua borsa in pelle un lungo contratto...

Mentre il suo compagno è intento a firmare decine di fogli, Volpet si pone delle domande:

*Come può uno come Valdar promuovere efficacemente l'azienda di Mark se quest'ultimo non ha parlato nemmeno un secondo della sua azienda?*

*Chi dice che le tattiche che hanno funzionato con i vecchi clienti di Valdar funzioneranno anche con Mark?*

*Perché la lingua del vichingo, o “vichinghese antico”, ha il potere di ammaliare tutti quelli che la sentono?*

In preda alle perplessità, Volpet accompagna il nostro eroe all'uscita dell'edificio.

# VALDAR

COMUNICAZIONE

IMPRESSION

CONVERSION RATE

PAYPERCLICK

LEAD



# La fortuna è cieca... La comunicazione no

Fresco di contratto, Mark esce dall'agenzia accompagnato dal fido Volpet.

Il nostro eroe è piuttosto perplesso su ciò che ha appena firmato, ma le parole di Valdar erano così convincenti che non ha potuto fare a meno di crederci.

Forse, pensava, qualcuno avrebbe finalmente comunicato i tratti distintivi della sua azienda, facendo sapere al mondo perché le persone avrebbero dovuto scegliere lui invece che i suoi competitor.

Volpet, vedendo Mark piuttosto confuso, assume uno sguardo alla "te lo avevo detto" e svela al suo amico il suo piano per cambiare le cose: **LA STRATEGIA.**

Un processo graduale, pianificato e costruito

nel tempo, in grado di portare ottimi risultati mettendo al centro i valori distintivi dell'azienda.

Volpet se ne intende di comunicazione, e cerca di spiegare a Mark che molte agenzie non fanno altro che creare ancora più confusione nella testa dei loro clienti, facendogli investire dei soldi in strumenti inefficaci per raggiungere obiettivi poco chiari.

Ma Mark, ahimè, sembra convinto della sua scelta e, con ancora le parole di Valdar in testa, decide di proseguire per la sua strada, sperando che la fortuna lo aiuti.



# VALDAR COMUNICAZIONE



# Per il verso sbagliato

Era solo questione di tempo e Volpet lo sapeva.

Mark, in preda alla confusione e senza risultati, inizia a dubitare della strategia propostagli da Valdar, soprattutto mentre osserva i bilanci aziendali.

La fetta di budget dedicata al marketing sta per esaurirsi, e i risultati ottenuti sono quasi pari a zero.

Insomma, il “Vichinghese antico” non ha funzionato e il povero Mark ha bruciato un sacco di denaro per niente.

*Ma le campagne non dovevano fruttare al 100%?*

*Come mai i “risultati immediati” non ci sono stati?*

*Non bastavano molti soldi per avere un ritorno in termini di lead e di fatturato?*

Volpet aveva cercato di avvisarlo, ma Mark era troppo impegnato a lasciarsi persuadere dal Vichinghese antico di Valdar.

L'unico modo per rimediare, arrivati a questo punto, è una totale ridefinizione dell'approccio.

Basta affidarsi a campagne standardizzate e brucia-denaro: serve un cambio di passo.





# Ora basta

Mark è molto arrabbiato, ma come biasimarlo?

Il suo marketing non funziona, ed è tutta colpa di Valdar. Numeri, statistiche e terminologie specifiche non bastano, e purtroppo il nostro eroe l'ha capito troppo tardi. Dopo aver chiamato il suo amico Volpet ed averlo informato sulla situazione, i due decidono di recarsi alla "Valdar Comunicazione" per chiedere spiegazioni.

Lo scaltro vichingo, dopo aver visto le facce turbate dei nostri eroi, decide di accoglierli nuovamente nel suo ufficio. Stavolta, però, le cose non vanno come avrebbe voluto.

Mark inveisce contro Valdar, spiegandogli che tutto quello che gli aveva detto non erano altro che chiacchiere, fandonie o più semplicemente... Rumore.

La comunicazione di Valdar non ha funzionato, perché basata sull'utilizzo di metodologie sbagliate e il raggiungimento di obiettivi non consoni all'attività di Mark.  
*Il risultato?* Un sacco di soldi sprecati e un'immagine aziendale rovinata.

Volpet, mentre il suo compagno spiega in modo non molto pacato le proprie ragioni al vichingo, decide di godersi lo spettacolo offerto dalla situazione. La volpe sa quello che serve a Mark: una buona agenzia in grado di indirizzarlo verso la **giusta strategia**.

**Solo attraverso un'analisi strategica, una stesura degli obiettivi e un processo ben definito arriveranno dei risultati, e sarà un processo lungo.** Chi promette ottimi risultati in breve tempo e con pochi soldi, probabilmente sta mentendo, e Volpet lo aveva capito fin dal principio.

**È arrivato il momento di indirizzare Mark sulla retta via: quella del marketing strategico.**



DAR  
NICAZIONE

# Ripartire è possibile

## Ripartire da zero è difficile.

Mark lo sa bene e, di ritorno alla sua azienda, si interroga sulla giusta strada da seguire.

Il suo amico Volpet, per fortuna, ha un piano ben preciso per l'attività del suo amico: il **marketing strategico**. Affidarsi ad una strategia, infatti, è l'unico modo per dare vita a una comunicazione efficace.

Occorre pensare al proprio marketing come a un processo graduale, composto da piccoli step; non è possibile ottenere in poco tempo dei risultati eclatanti, perché **la chiave per il successo risiede nella pianificazione a lungo termine.**

Costruire una brand nella testa delle persone è un processo lungo e graduale, che deve educare

chiunque venga in contatto con la nostra comunicazione a capire tre cose fondamentali:

- **Chi siamo**
- **Cosa facciamo**
- **Perché lo facciamo**

**Se nessuno di questi tre elementi è immediatamente riconoscibile all'interno della nostra comunicazione aziendale, probabilmente abbiamo sbagliato qualcosa e la strategia va immediatamente ridefinita.**

Volpet è in grado di portare Mark sulla strada giusta perché conosce le potenzialità del seguire una strategia, e sa bene quanto sia difficile e tortuoso (ma anche immensamente appagante) il passaggio dal marketing "a sensazione" al marketing strategico.



MMM...  
DEVO RICOMINCIARE  
DA CAPO CON  
LA COMUNICAZIONE.  
MA COSA FARE?  
HO BISOGNO DI UN PIANO  
E DI UNA GUIDA!

STRATEGIA

# La bussola anti-rumore

Non sentirsi ascoltati è una delle sensazioni più frustranti che possono capitarci.

Mark ci è passato molte volte: *ricordate cosa è successo nell'ufficio di Valdar?*

Il vichingo ha continuato a parlare incessantemente, non lasciando spazio per le parole del nostro eroe.

La realtà è questa: **molte aziende non ascoltano i propri clienti e non sanno di cosa hanno bisogno realmente.**

Al contrario, non fanno altro che annuire di fronte a loro e promettergli risultati stratosferici con pacchetti standardizzati che “funzionano per tutti”.

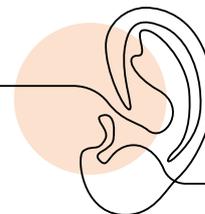
Volpet vuole dare a Mark una direzione precisa,

una bussola con il quale può orientarsi in mezzo al mare di rumore da cui, purtroppo, ha pescato Valdar e la sua cattiva agenzia.

Al nostro protagonista serve una **visione**, una mappa chiara e semplice da seguire per raggiungere i suoi obiettivi futuri.

Per capire come strutturare la propria comunicazione e delinearla attraverso una strategia efficace serve qualcuno in grado di ascoltare, che osservi dall'esterno la situazione e che dia un parere oggettivo.

Mark, finalmente, sembra essersi deciso ad ascoltare l'amico Volpet.



Ascoltare

MERITO  
QUALCUNO CHE  
MI ASCOLTI E CHE  
MI DIA UNA  
VISIONE



# La forza delle idee

*Come costruire una comunicazione efficace partendo dalla strategia?*

Secondo Volpet, attraverso una solida **Brand Idea**. Una Brand Idea è il nocciolo ereditario di un'azienda, il riassunto dei suoi valori e delle sue intenzioni.

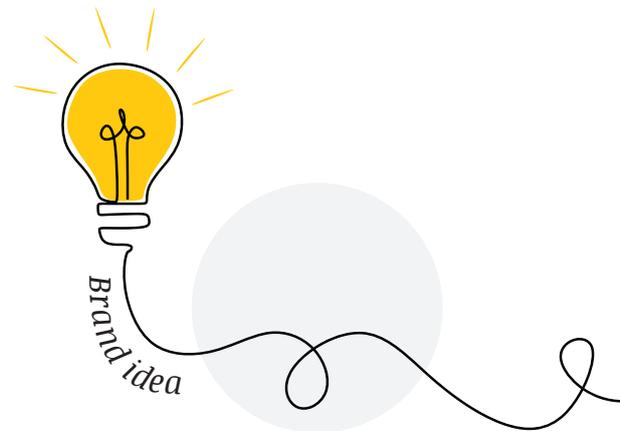
È il punto di partenza di ogni azione di marketing come si deve, perché pone le basi per creare una **comunicazione efficace e coerente**. Per costruire una Brand Idea che funziona, un'azienda deve rispondere a domande come:

**“Chi sono?”** o **“Chi voglio essere?”**

in modo tale da identificarsi in una visione di appartenenza che delinea tutte le sue caratteristiche riconoscibili.

- **Aspetto**
- **Carattere**
- **Tono di voce**
- **Idea portante.**

Mark è entusiasta della proposta di Volpet, e non vede l'ora di scoprire come, con l'aiuto della vispa volpe, può finalmente rivoluzionare la sua immagine aziendale.





# I valori fanno la differenza

Un'azienda, esattamente come una persona, è mossa da valori ben precisi.

Questi valori sono le sue credenze, i suoi perché e i suoi punti di vista sul mondo; ignorarli sarebbe dannoso, perché sono proprio questi elementi che pongono le basi per una comunicazione coerente e che funziona.

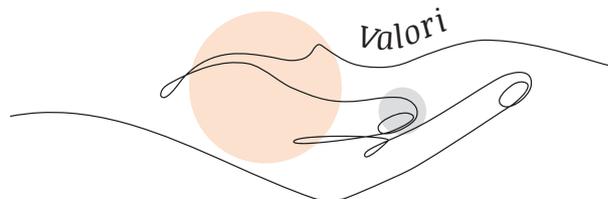
Valori forti creano un'immagine forte, e questa viene costruita nel tempo educando le persone.

Mark è entusiasta della strategia di Volpet, perché è grazie ad essa se ora riesce finalmente a comunicare ciò che voleva e a farlo recepire nel miglior modo possibile ai suoi clienti.

La **Brand Idea** è un modello da seguire, una visione da cui non allontanarsi per rimanere fedeli a ciò che crediamo nel profondo.

I benefici di comunicare i propri **valori** sono molti, ma il migliore è che le persone che li condividono con noi saranno più propense ad avvicinarsi alla nostra azienda. Questo darà l'impressione ai clienti che li capiamo, che siamo vicini alla loro situazione e che entrambi vogliamo la stessa cosa.

L'azienda di Mark sta facendo passi da gigante grazie al marketing strategico di Volpet, e il futuro si prospetta sempre più roseo.





POSSO  
FARE  
ESATTAMENTE  
CIÒ CHE  
CHIEDETE

VALORI

# Tanti saluti, Valdar!

Tutte le storie hanno una fine,  
e oggi tocca a quella di Mark.

Dopo aver sconfitto il perfido Valdar e il suo rumoreggiante “vichinghese antico”, il nostro eroe, con l'aiuto di Volpet, ha finalmente trovato un'agenzia in grado di progettare un percorso di comunicazione a lungo termine, che risponde alle sue reali esigenze e che mostra i valori dell'azienda.

Ora Mark si affida a una comunicazione basata su obiettivi ben definiti e gerarchizzati, e utilizza strumenti diversi in base al contesto e all'intento.

I tempi delle soluzioni standard sono lontani!  
Il nostro protagonista ha anche imparato che una buona comunicazione richiede pazienza e una visione a lungo termine, in quanto non esiste una formula infallibile ma solo

una strategia flessibile che si può adattare nel corso dei mesi o degli anni.

Purtroppo il mercato è ancora saturo di agenzie come quella di Valdar, e difficilmente ce ne libereremo presto.

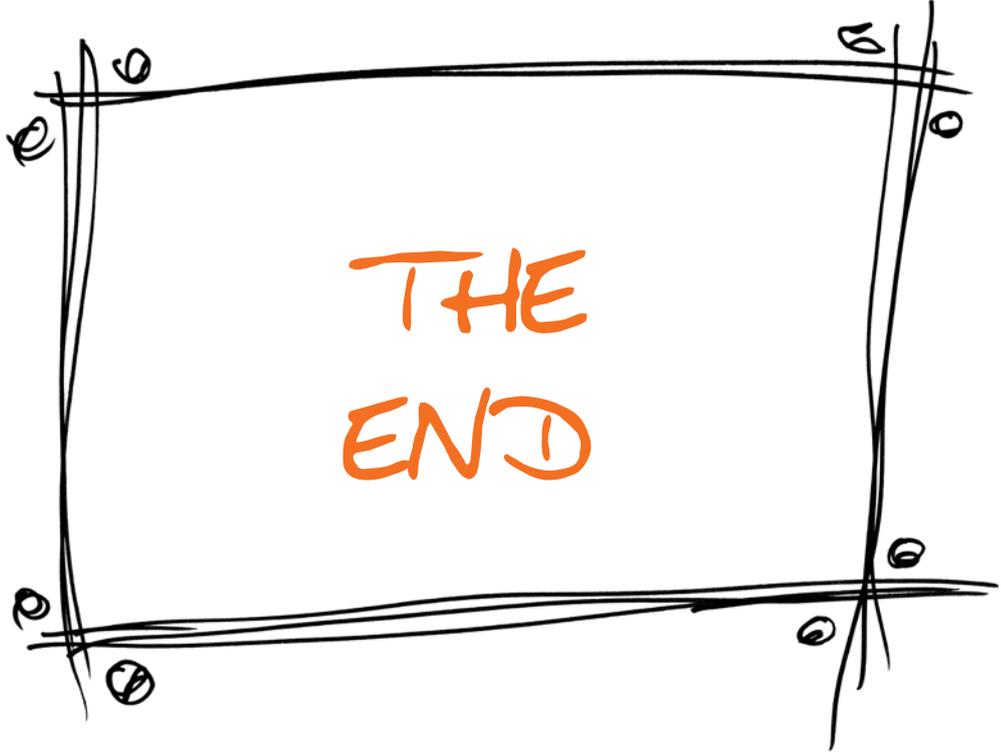
Il rumore, incredibilmente, piace ancora a molti, e solo in pochi hanno scelto la visione differente in grado di alzare la qualità del loro marketing.

Chi lo fa, però, ha una marcia in più, e i primi ad accorgersene sono i clienti, in grado di identificarsi al meglio con i valori e la missione dell'azienda delineati durante la Brand Idea.

Insomma, il futuro si prospetta radioso per Mark e Volpet, e insieme sono pronti a dire la loro per cambiare le cose.

**La missione è chiara.**







**[www.clevermarketing.it](http://www.clevermarketing.it)**

+39 035 286903

Seguici sui social **@clevermktng**