

**KAM**group

IL 1° STUDIO DI COMUNICAZIONE D'ITALIA

# Investimenti

“Non aspettare di fare pubblicità. Fai pubblicità e aspetta”.

**ClassOneEditore**



# Investimenti

“Non aspettare di fare pubblicità. Fai pubblicità e aspetta”.

Copyright © **CLASS ONE EDITORE** s.r.l.

Corso Lodi no. 47 Milano (Italy)  
servizi@classoneditore.it  
www.classoneditore.it

Tutti i diritti riservati a norma di legge e  
a norma delle convenzioni internazionali.

Qualsiasi riproduzione, parziale o totale,  
anche a uso interno o a scopo didattico,  
priva dell'autorizzazione scritta da parte di  
CLASS ONE EDITORE s.r.l. sarà perseguita ai  
sensi di legge.

**Isbn: 978-88-945269-8-1**

Prima Edizione: Aprile 2021

# Prefazione

L'investimento è inteso come atto semplice, metto avanti del capitale sperando di ricevere indietro più di quello che ho messo. E' un ragionamento elementare, perché è l'idea che lo rende così. Poi, nella sostanza ci deve essere qualcuno che fa qualcosa di produttivo perché questo avvenga, ma a noi non interessa.

L'investimento per l'autore non è inteso come atto speculativo fine a se stesso, ma lo vede come una necessità dal punto di vista dell'imprenditore. Che deve obbligatoriamente fare non per un senso di narcisismo personale, ma per la sopravvivenza della sua stessa attività.

Infatti spiega che attraverso l'impiego del capitale nella sua attività può far fronte a molteplici problematiche. Come possono essere

intese i cicli economici negativi. Attraverso un strategia di utilizzo del capitale, il ciclo può essere invertito da cattivo a positivo.

Una pianificazione monetaria può portare l'imprenditore a optare per la diversificazione. Creando dei sottostanti utili all'impresa in un ottica futura.

L'autore vede bene e vede lontano, reduce da studi su innumerevoli casi aziendali che sono giunti purtroppo al fallimento. Tutti accumulati da un denominatore comune, la carenza di investimenti pubblicitari.

La visione è diametralmente opposta a quelle definita in dottrina ovvero il costo della pubblicità. È profondamente sbagliato. Perché questa divisione sociale tra le grandi aziende che possono capitalizzare la pubblicità e le piccole realtà che invece possono solo imputano la pubblicità come costo.

Allora il problema è radicale e tramandato da uomo a uomo attraverso una visione errata della concezione di pubblicità. Che non può essere visto come un semplice costo. Invero, E' un investimento!

L'imprenditore che ha colto la differenza ha cambiato il corso della sua attività, rendendola vincente e senza eguali. Visto che è l'unico ad adoperarsi, mentre i concorrenti miopi e poco eruditi tralasciano la questione. Non cogliendo la sostanziale differenza che è di una banalità. Se non lo fai tu lo faccio io.

Non a caso l'autore insiste sulla priorità di non dissipare le risorse, in quanto scarse per natura, ma di concentrarle su se stessi. Perché il beneficio sarà maggiore rispetto a qualsiasi altro impiego del capitale. E se sapientemente impiegato in strumenti digitali, il ritorno sarà controllato. Infatti l'aspetto del controllo della gestione nell'evoluzione del capitale è un elemento chiave nella riuscita del valore atteso. Avvero la rendita.

Gli strumenti digitali più o meno noti sono entrati nel vivo dei nostri usi e in alcuni casi dei consumi, modificando radicalmente i nostri modi di fare e di pensare. Ma il solo fatto che siano noti non può decretarne la semplicità nell'utilizzo e di comprensione. Da qui la necessità di sopprimere un conflitto interiore dell'essere umano la superficialità rispetto alla razionalità. Altro non è che l'elemento principe per poter controllare se stessi ancor prima di poter

controllare l'investimento che si è deciso di intraprendere.

**Kambiz Giuseppe Pisano**



# Sommario

Strategia di marketing e ricerca di mercato

Pag. 11

La Strategia secondo Kam Group

Pag. 14

Perché investire in pubblicità on-line

Pag. 21

Investire nelle spin-off

Pag. 26

La strategia d' investimento

Pag. 39

Scoprire cosa si vuole dalla propria azienda

Pag. 46

Investimenti: pubblicità su Instagram

Pag. 55

Investimenti: pubblicità su Facebook

Pag. 65

Investire in Google Ads

Pag. 79

YouTube Ads un altro ottimo investimento

Pag. 90

# Strategia di marketing e ricerca di mercato

**Come evitare di perdere soldi nel marketing e con la pubblicità online.**

Ad oggi, la pubblicità è considerato uno dei migliori investimenti a lungo termine che puoi fare. Ma in realtà, la maggior parte degli imprenditori perde effettivamente denaro nel marketing o spende più di quanto dovrebbe.

In altre parole, la pubblicità online presenta dei rischi, proprio come qualsiasi altro investimento là fuori.

Sebbene possa essere un'opzione più sicura per gli imprenditori, ci sono ancora dei rischi di cui dovresti essere consapevole se hai intenzione di affrontarli.

Ecco uno sguardo approfondito a ciò di cui dovresti essere a conoscenza, in modo da poter ridurre al minimo il rischio e non perdere denaro in pubblicità online.

**L'ultima cosa da fare è "Fare operativamente la Pubblicità".**

In poche parole, all'inizio bisogna fare delle analisi e ricerche sulla tua azienda o sul prodotto/progetto specifico che vuoi vendere.

### **Perché?**

Bisogna fare in modo che sia unico, esclusivo e che le persone vorranno veramente acquistarlo. *(perché dovrebbero acquistare da te e non da qualcun altro?)*

**Il passo successivo è sviluppare una strategia.**

Si, perché non basta prendere dei fondi, realizzare una pubblicità (pubblicare una storia su Instagram, un post su Facebook o comprare parole chiave su Google) e aspettarsi di vendere.

Se così fosse potrebbe farlo chiunque.

Basterebbe spendere dei fondi, delegare il lavoro a un tecnico e si otterrebbero dei risultati.

Ma non è così.

Altrimenti non si spiegherebbe come mai ci sono migliaia di imprenditori che spendono moltissimi soldi in pubblicità anche se ottengono pochi risultati.

Altri invece che non ottengono risultati.