



Video Risorse Report Must Read Case History Eventi Editoriali

search

Inspiration

Vc Voice

Global Founders

Tools

Learn

Italian Startups

Legal

LOGIN

REGISTRATI ALLA COMMUNITY

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Startup & Growth Hacking, il connubio perfetto

Non molti anni fa, era il 2010 per essere precisi, un tizio che si chiama **Sean Ellis** scrive un post sul suo blog dal titolo "**Find a Growth Hacker for your startup**" e dà il via a una piccola grande rivoluzione.

Facciamo un passo indietro. Sean Ellis è un esperto di marketing ben noto nell'ambiente della Silicon Valley con un curriculum degno di nota e che vanta nomi come Dropbox, Eventbrite, LogMeIn, Qualaroo, Kissmetrics e tanti altri colossi del digital e dell'IT.

Il ruolo di Ellis in queste aziende era quello di **risolvere un problema abbastanza comune tra le startup, quello della crescita**. Lui proponeva un metodo relativamente nuovo e ben preciso che andava al di là del marketing e che attingeva alla metodologia lean, al customer development e a tanti altri metodi, approcci e framework in giro da diversi anni.

Quando completava il suo lavoro all'interno di queste realtà aveva un problema molto serio: non riusciva a trovare sostituti. Nel 90% dei casi le aziende assumevano degli esperti di marketing che non erano in grado di continuare il lavoro iniziato da Ellis.

Per quale motivo? Perché quello che lui faceva all'interno delle aziende non era marketing, era altro. Un **Growth Hacker** non è meglio di un marketer, è semplicemente un'altra cosa. Per dirla con le parole del suo creatore: *"un growth hacker è una persona la cui stella polare è la crescita"*.

La chiave di questo cambiamento epocale era il **cambio di focus, che passava dal marketing al prodotto**. Prodotto, che nell'era digitale, può significare qualsiasi cosa: un software, un social media, un ebook, un abbonamento, un file e chi più ne ha più ne metta.

In un contesto del genere cambia completamente anche il sistema di distribuzione dei prodotti. Distribuzione che oggi deve fare affidamento su cose come il posizionamento sui motori di ricerca, la visibilità all'interno degli app store, la presenza sui canali social, la strategia di contenuti utili e così via.

Il vero problema delle startup è proprio su quest'ultimo aspetto, quella della distribuzione! Peter Thiel, fondatore di PayPal, ha ribadito più volte che la principale causa di fallimento delle startup non è il prodotto, ma è la distribuzione. E Thiel non è solo, tutti i big del settore concordano con la sua visione, da Dave McClure a Steve Blank tutti

Publicato il:
14 novembre 2017

Categorie:
Growth, Learn, Risorse

Tag:
growth hacking, libri, libri per chi fa startup, marketing, satrtup, startup e growth hacking, tool

Sei già iscritto alla
Startupbusiness Review?
L'aggiornamento settimanale sul
mondo dell'innovazione



ISCRIVITI

Segui Startupbusiness:





Contributor: Raffaele Gaito, Imprenditore digitale, startup mentor, growth hacker e blogger. È autore di **Growth Hacker. Mindset e strumenti per far crescere il tuo business**. Se vuoi approfondire ulteriormente l'argomento, puoi scaricare un'anteprima gratuita, dare un'occhiata all'indice e alle altre informazioni sul sito ufficiale del libro.

"Growth Hacker. Mindset e strumenti per far crescere il tuo business".

Share:

