
Strategie e strumenti per il Growth Hacking: dalla mentalità alla pianificazione operativa

Approcci innovativi per guidare la crescita aziendale sostenibile





Programma della Presentazione

- Il caso Domino's Pizza: paradosso, crisi e rivoluzione nel marketing della crescita
- Principi fondamentali del Growth Hacking e loro applicazione
- Metrica Stella Polare e framework OKR: definizione, esempi e best practice
- Growth Model Canvas: struttura, blocchi costruttivi e domande di cross-check
- Piano d'azione 90 giorni: framework operativo e milestone
- Metodologie di misurazione e ottimizzazione continua
- Quiz di autovalutazione finale e spiegazioni strategiche
- Toolkit, risorse e community per la crescita professionale



Chi sono

Davide Giansoldati

Creativity Trainer e Agile Coach

Aiuto le aziende nei loro processi di innovazione

Docente a contratto per Università di Verona

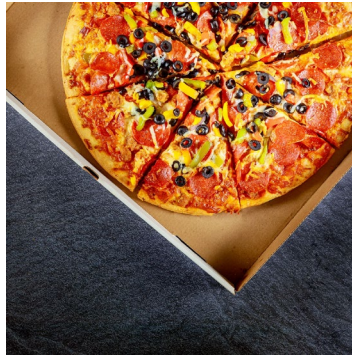
La prima startup nel 1998, l'ultima nel 2021

TEDx Speaker

Autore di «Il libro delle domande potenzianti»

Il caso Domino's Pizza: paradosso, crisi e rivoluzione nel marketing della crescita

Crisi aziendale e scelte strategiche: la svolta di Patrick Doyle



Crisi Aziendale di Domino's

Nel 2009 Domino's affrontava una profonda crisi con clienti insoddisfatti e prezzo azioni al minimo storico.

Opzione Marketing Tradizionale

La strategia tradizionale prevedeva aumento pubblicità, promozione velocità consegna e prezzi bassi nascondendo difetti di qualità.

Scelta Innovativa di Patrick Doyle

Patrick Doyle scelse di innovare rompendo le regole tradizionali, cambiando per sempre il marketing della crescita.

Quiz interattivo e riflessione sulle strategie contro-intuitive

Strategie contro-intuitive

Riflessione sulle strategie non convenzionali per trasformare un prodotto scadente e reputazione negativa in opportunità di crescita.

Opzioni di risposta multiple

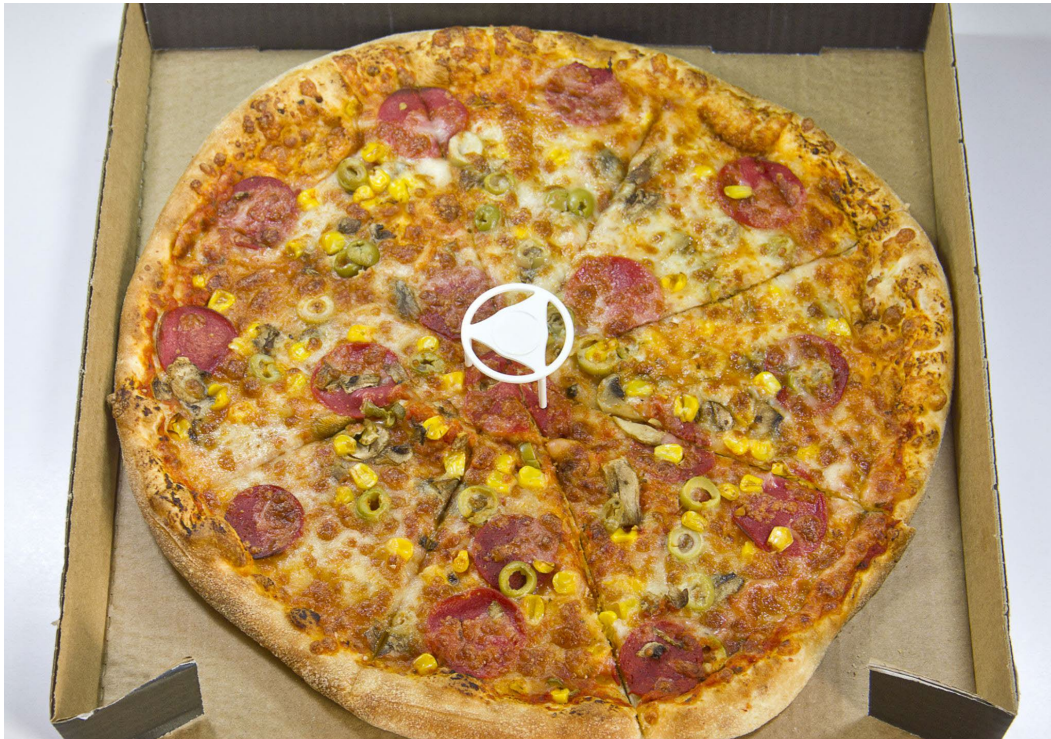
Quattro strategie proposte: prezzo premium, ammissione pubblica, partnership con chef, pivot del modello di business.

Risposta corretta e impatto

La strategia efficace è l'ammissione pubblica del problema e il miglioramento trasparente, che può trasformare crisi in crescita.



La campagna 'La nostra pizza fa schifo': rivelazione e impatto



Ammissione pubblica dell'errore

Patrick Doyle ha riconosciuto apertamente i difetti della pizza, creando un impatto emotivo forte.

Riscontro dei clienti

La campagna mostra lamentele reali di clienti insoddisfatti, rendendo la comunicazione trasparente e autentica.

Rifacimento della ricetta

Il video documenta il processo completo di miglioramento della ricetta per riconquistare la fiducia dei clienti.

Promessa di rinascita

La campagna si conclude con la promessa di un nuovo inizio, sottolineando l'impegno verso la qualità.

Risultati della campagna: crescita a breve e lungo termine

Crescita a breve termine

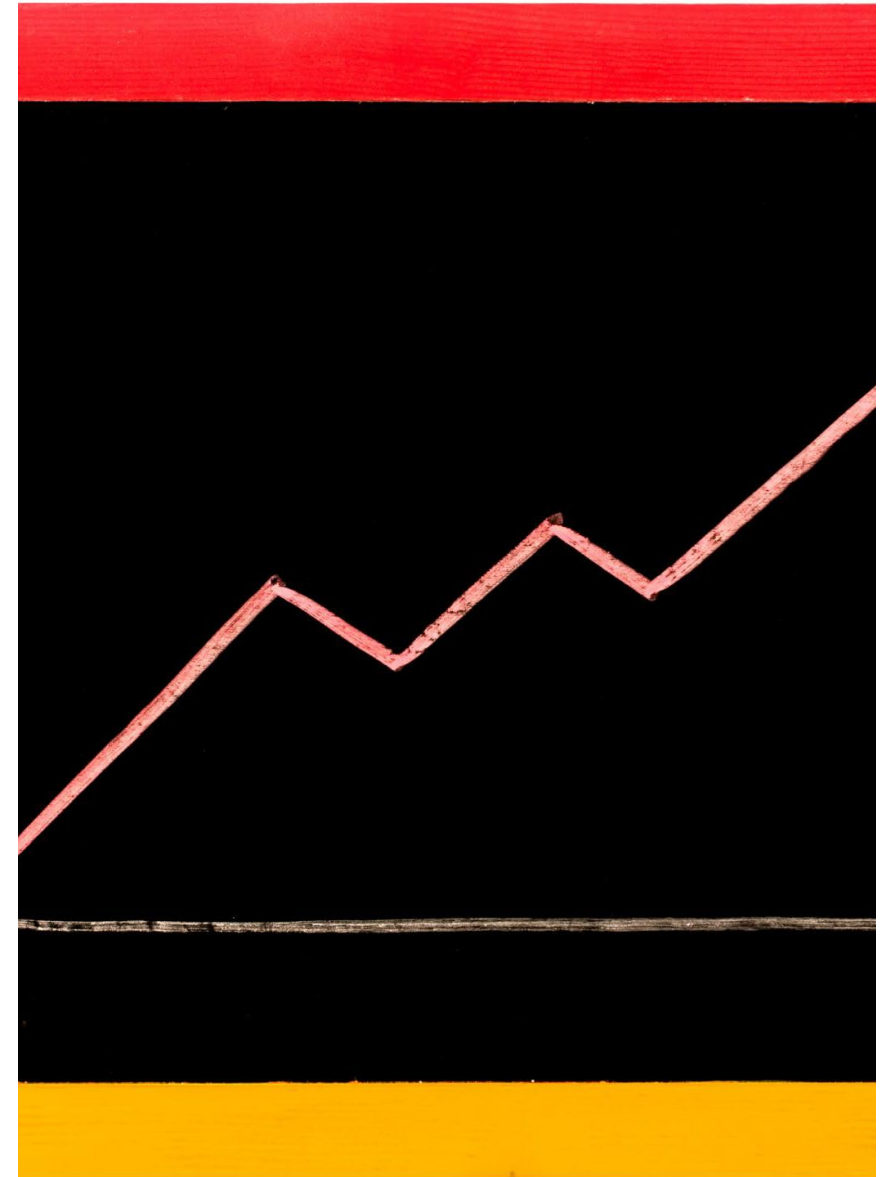
Nei primi 3 mesi la campagna ha aumentato le vendite del 14,3% e il prezzo delle azioni del 54%.

Miglioramento percezione brand

La percezione del brand è migliorata dal fondo alla top 3 nella soddisfazione clienti in pochi mesi.

Crescita a lungo termine

In 10 anni il prezzo delle azioni è cresciuto del 3400%, la capitalizzazione è salita a 13,5 miliardi e il fatturato è triplicato.



Principi fondamentali del Growth Hacking e loro applicazione



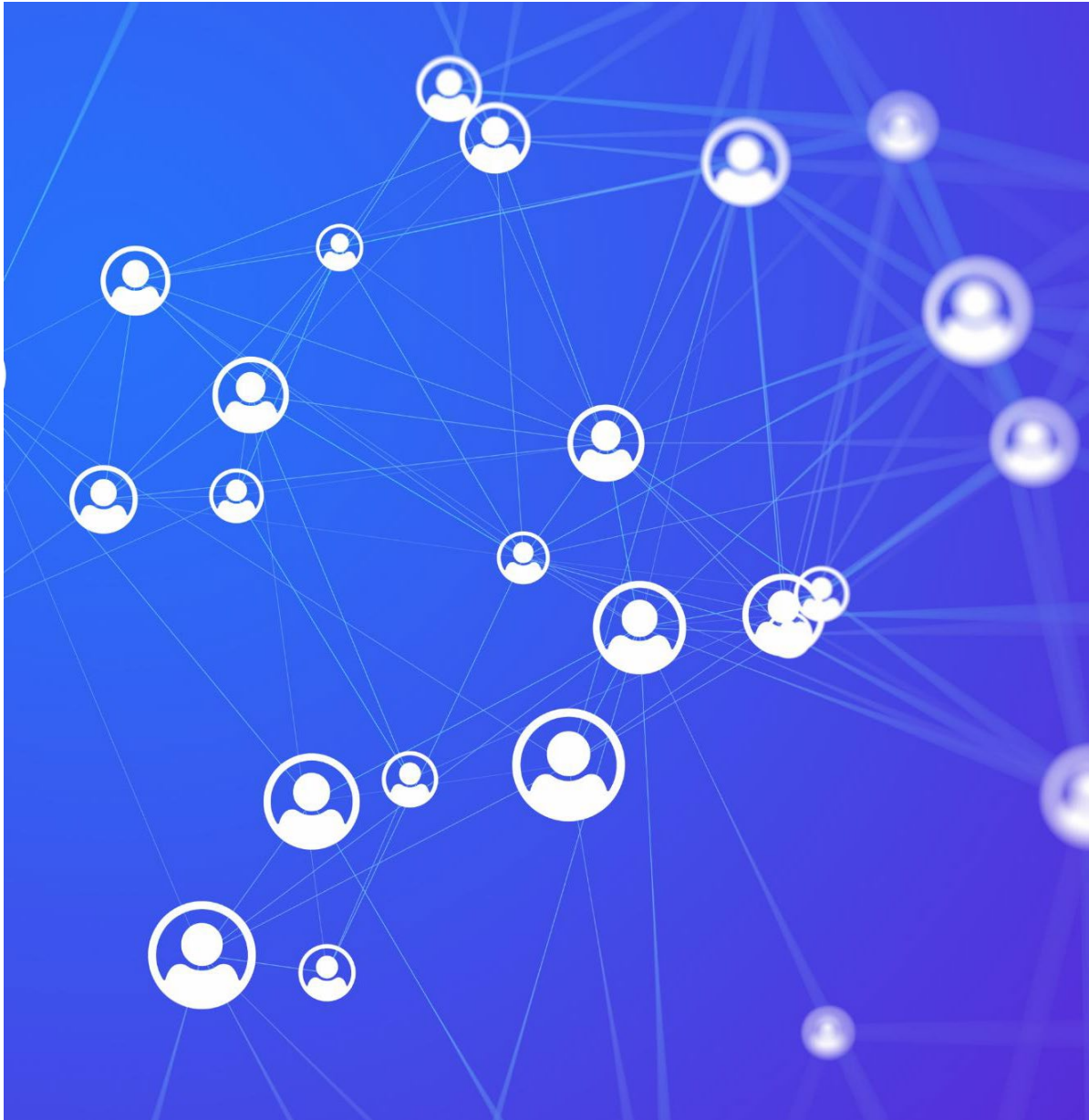
Mentalità Kobayashi e ridefinizione del marketing autentico

Mentalità Kobayashi

La Mentalità Kobayashi incoraggia a pensare oltre il miglioramento tradizionale, cercando nuove definizioni di successo.

Ridefinire il marketing autentico

Il marketing autentico va oltre il prodotto migliore, concentrandosi su valori e connessioni reali con il pubblico.



Ottimizzazione AAARRR: focus su activation e referral

Attivazione Utente

L'onboarding onesto facilita l'attivazione degli utenti, migliorando l'esperienza iniziale e l'engagement.

Referral e Passaparola

Il referral genera una crescita esplosiva grazie al passaparola tra utenti soddisfatti e connessi.

Sperimentazione e approccio data-driven

Sperimentazione strategica

Testare strategie contro-intuitive permette di scoprire nuove opportunità di crescita e innovazione nel business.

Approccio data-driven

Utilizzare il feedback negativo dei clienti come risorsa consente di migliorare prodotti e servizi efficacemente.



Metrica Stella Polare e framework OKR: definizione, esempi e best practice

Caratteristiche e importanza della Metrica Stella Polare

Concetto di Metrica Stella Polare

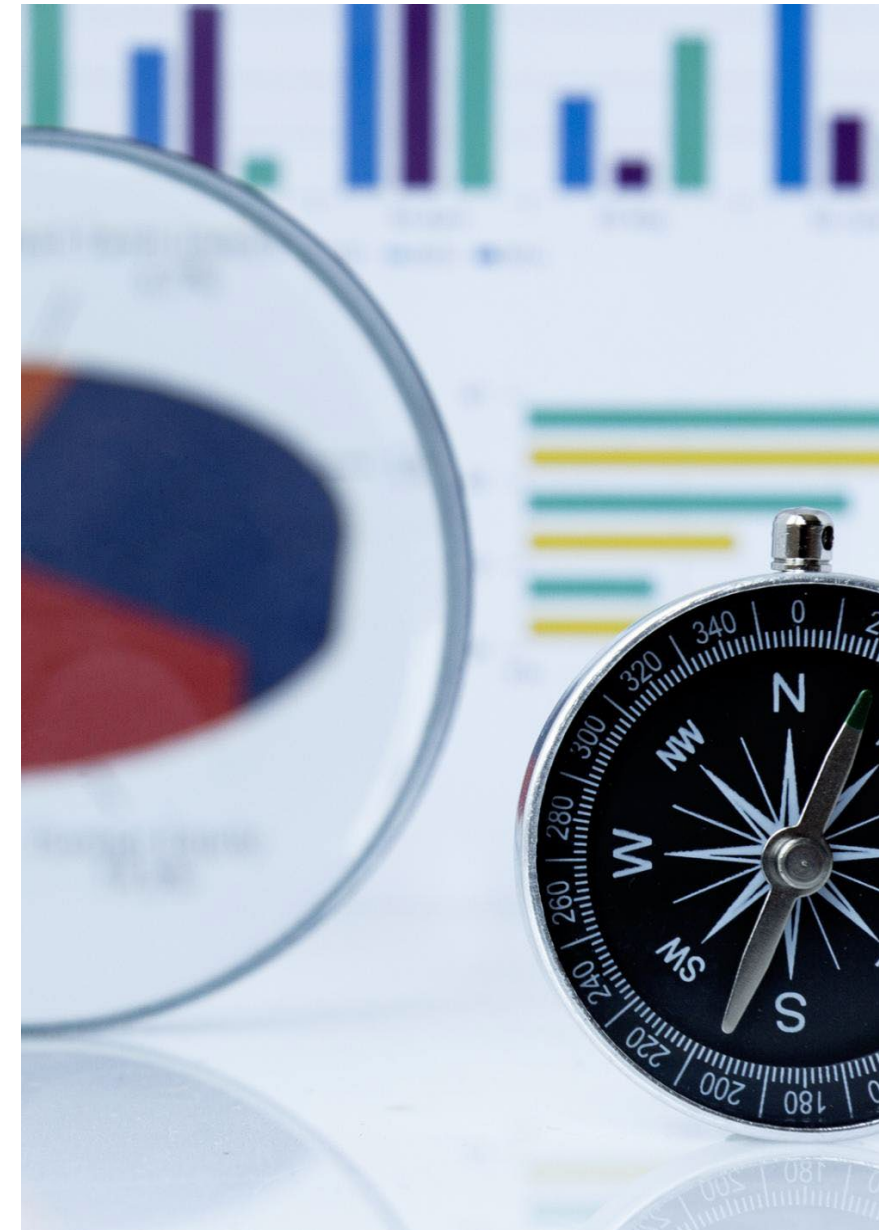
La Metrica Stella Polare rappresenta il valore principale che il business consegna ai clienti ed è la bussola per la crescita.

Importanza di una metrica guida

Una metrica guida previene distrazioni, allinea il team, facilita decisioni e misura la salute reale del business.

Caratteristiche di una buona Stella Polare

Deve anticipare il successo, essere influenzabile dal team, facile da capire e misurabile frequentemente.



Esempi di North Star Metric nelle aziende tech



Metriche chiave di Spotify

Spotify usa il tempo speso ad ascoltare da non abbonati per misurare engagement e retention reali.

Focus di Airbnb sulle prenotazioni

Airbnb misura le notti prenotate invece delle iscrizioni per rappresentare il valore effettivo per host e ospiti.

Utilizzo di WhatsApp tramite messaggi

WhatsApp conta i messaggi inviati da utenti attivi per misurare utilità e formazione di abitudini.

Adozione Slack nei team grandi

Slack monitora messaggi inviati da team di 10+ persone per assicurare crescita e fatturato enterprise.

Workshop: identificazione e selezione della propria Stella Polare

METRICA CANDIDATA	INDICATORE ANTICIPATORE?	INFLUENZABILE TEAM?	FACILE DA CAPIRE?	FREQUENZA GIUSTA?	PUNTEGGIO /4
----------------------	-----------------------------	------------------------	-------------------------	----------------------	-----------------

Struttura, esempi e best practice OKR per la crescita



Introduzione al Framework OKR

OKR è un metodo usato da grandi aziende per tradurre strategie in esecuzione efficace e disciplinata.

Benefici per il Growth Hacking

Gli OKR aiutano a tradurre la visione in obiettivi trimestrali allineati e a tracciare i progressi sistematicamente.

Struttura degli Obiettivi

Gli obiettivi sono qualitativi, ispiranti, chiari e limitati nel tempo, solitamente trimestrali.

Risultati Chiave Misurabili

I risultati chiave sono specifici, quantitativi, ambiziosi ma raggiungibili, con 2-5 per ogni obiettivo.

Growth Model
Canvas: struttura,
blocchi costruttivi
e domande di
cross-check

Introduzione, benefici e segmentazione dei clienti target

Introduzione al Growth Model Canvas

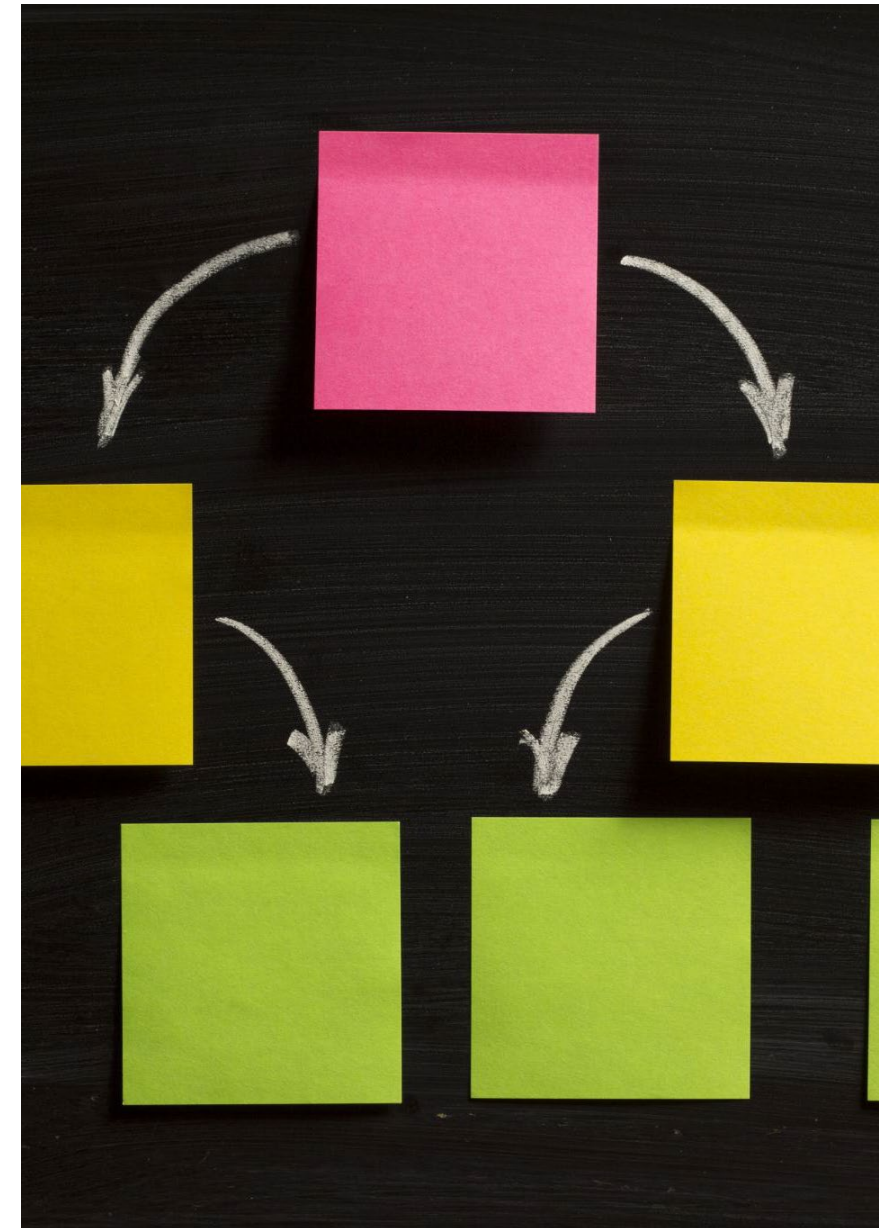
Il Growth Model Canvas consente di pianificare la strategia di crescita su una singola pagina in modo chiaro e visuale.

Benefici del Canvas

Fornisce chiarezza visuale, pensiero olistico, allineamento del team e supporta iterazioni rapide per testare idee.

Segmentazione clienti target

Segmentare i clienti in base a demografia, psicografia, comportamento e firmografia per definire clienti ideali specifici.



Proposte di valore e canali di acquisizione clienti

CANALE	REACH	COSTO	CONVERSIONE	CONTROLLO	PRIORITÀ
Ricerca Organica	Alto	Basso	Alto	Alto	1
Content Marketing	Medio	Basso	Medio	Alto	2
Social Pagato	Alto	Alto	Medio	Medio	3

Relazioni clienti, flussi di fatturato e metriche chiave

FASE AAARRR	METRICA CHIAVE	ATTUALE	TARGET
Awareness			
Acquisition			
Activation			
Retention			
Revenue			
Referral			

Leve di crescita, vincoli e vantaggi ingiusti

Leve di crescita

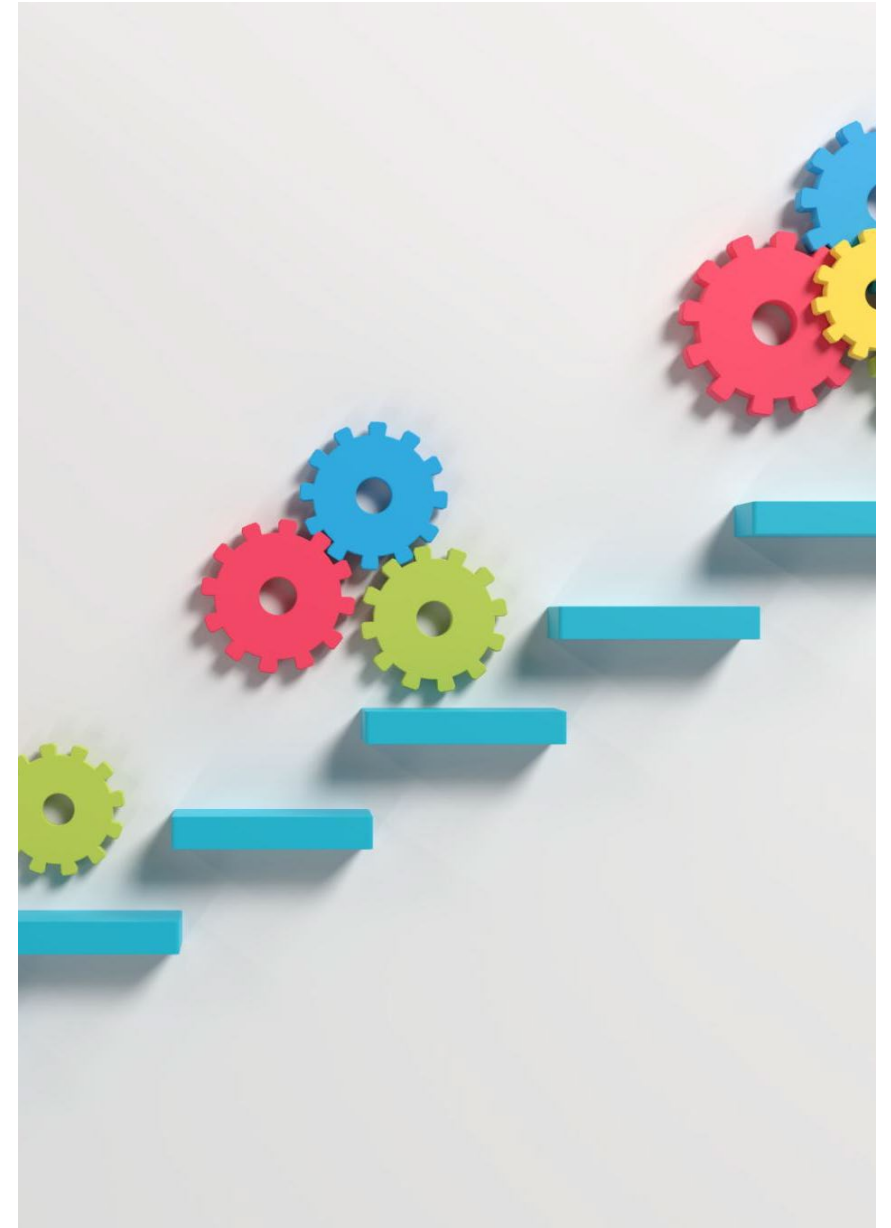
Le attività e tattiche chiave guidano la crescita includendo prodotto, marketing e partnership strategiche.

Vincoli alla crescita

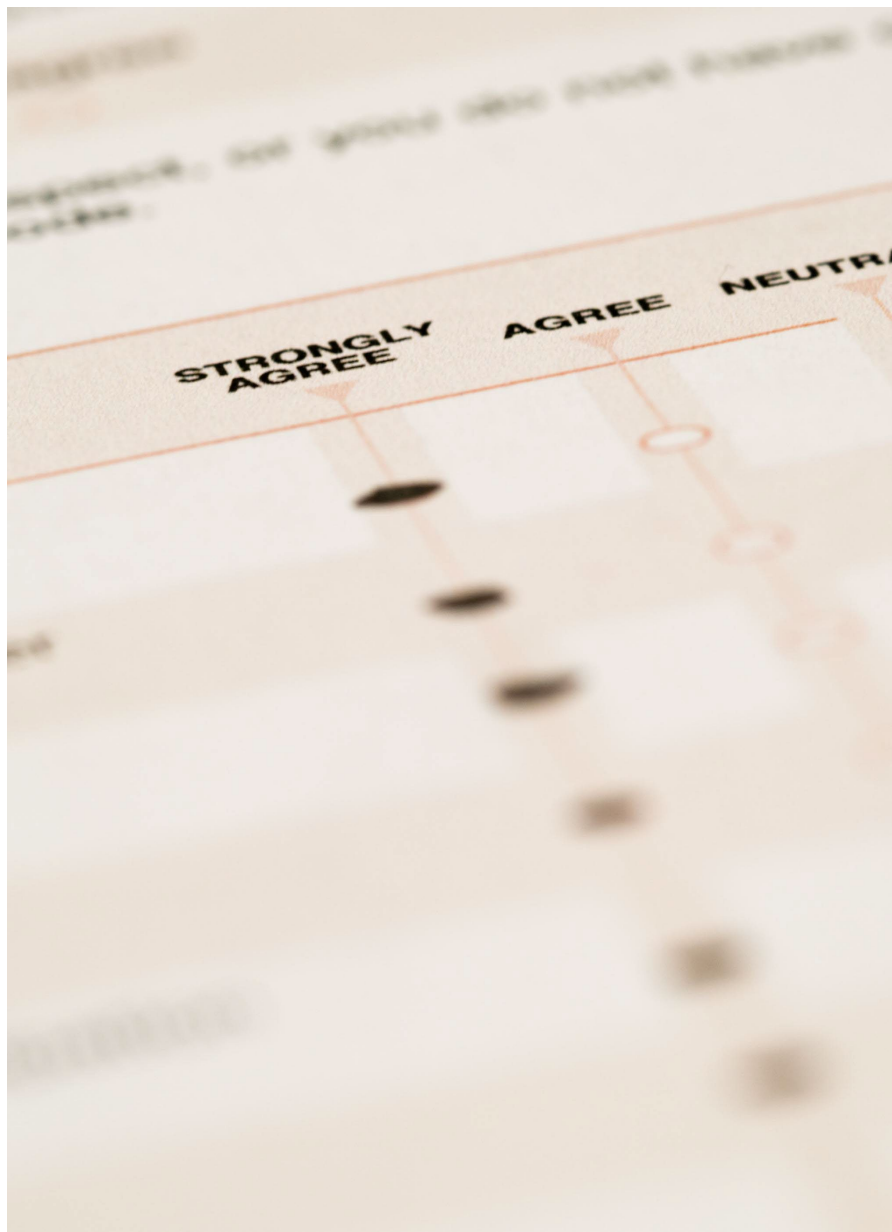
Risorse limitate, problemi tecnici, pressione di mercato e restrizioni normativi possono rallentare la crescita.

Vantaggi ingiusti

Vantaggi unici come effetti network, dati esclusivi e tecnologie brevetti creano barriere di ingresso per i competitor.



Piano d'azione 90 giorni: framework operativo e milestone



Struttura dello sprint e obiettivi per i tre mesi

Struttura Piano 90 Giorni

Il piano si articola in tre mesi: fondazioni e vittorie rapide, esecuzione iniziativa e ottimizzazione dei vincitori.

Motivazioni per 90 giorni

Il periodo è abbastanza lungo per progressi significativi e corto per mantenere il momentum e permettere correzioni.

Obiettivi Primo Mese

Impostare infrastruttura di misurazione, implementare vittorie rapide e creare momentum con processi di crescita.

Fondazioni, vittorie rapide e criteri di successo del primo mese



Impostazione infrastruttura iniziale

Nelle prime due settimane si verifica il tracciamento analytics e si implementa lo strumento di A/B testing.



Esecuzione vittorie rapide

Tra la terza e quarta settimana si lanciano esperimenti top 3 e si implementano ottimizzazioni ovvie per risultati immediati.



Criteri di successo del primo mese

I criteri includono sistemi di tracciamento funzionanti, almeno tre esperimenti lanciati, metriche baseline e processi documentati.

Iniziativa maggiore, scaling e ottimizzazione nei mesi successivi



Lancio Iniziativa Maggiore

Nel mese 2, si lancia un progetto di crescita chiave con allocazione risorse e mitigazione rischi.

Scaling e Iterazione

Scala al 100% le iniziative vincenti e ottimizza la customer journey eliminando test non performanti.

Ottimizzazione Funnel e Pianificazione

Nel mese 3, si ottimizza il funnel di conversione e si pianifica il ciclo successivo di 90 giorni.

Costruzione Sistemi di Crescita

Si implementano sistemi sostenibili di crescita e si migliora la capacità del team con formazione dedicata.

Metodologie di misurazione e ottimizzazione continua

Dashboard, sistemi di tracciamento e revisione settimanale



Importanza della misurazione

Una strategia senza misurazione è solo pensiero illusorio; i sistemi tracciano progressi e correggono la rotta.

Struttura della dashboard

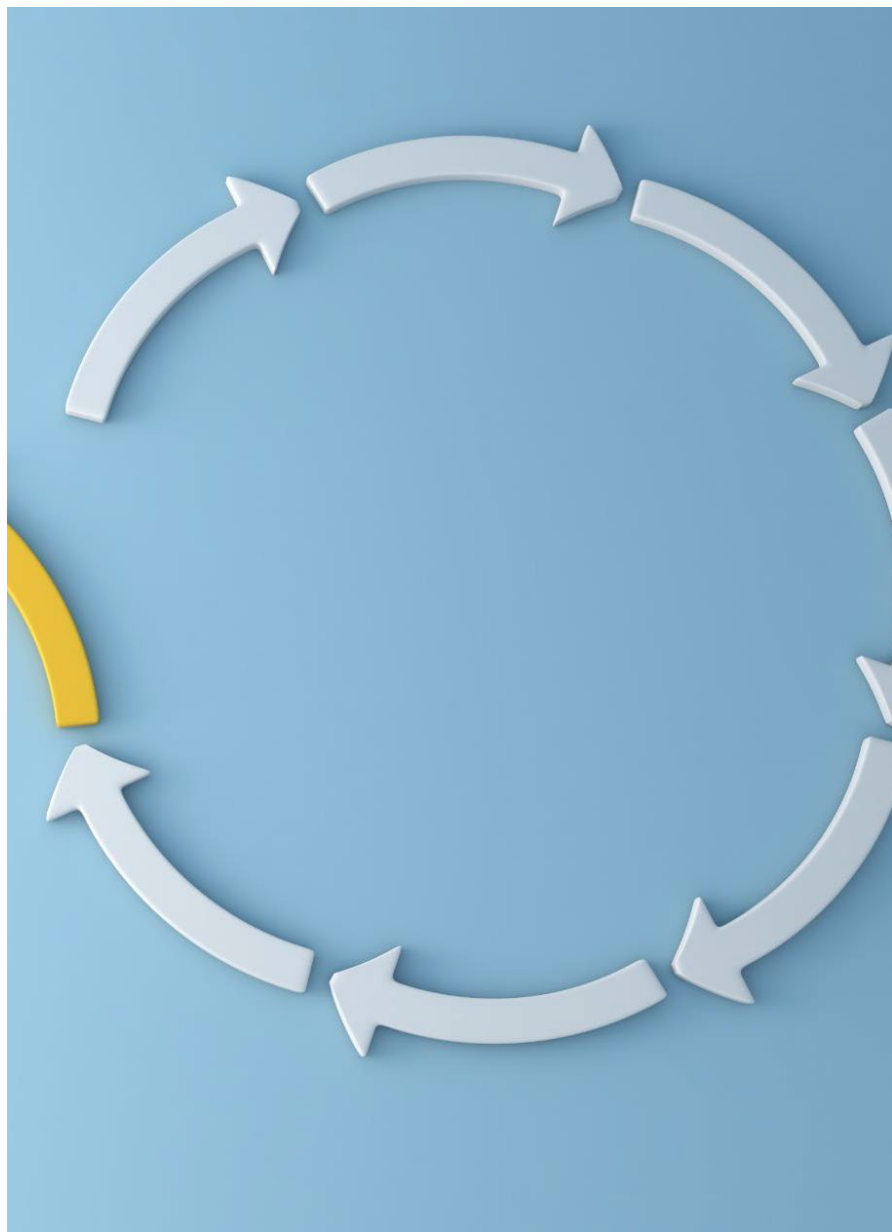
Tre livelli di metriche: Stella Polare giornaliera, AAARRR settimanali e metriche di esperimenti per test.

Esempio di dashboard crescita SaaS

Metriche attuali e target per utenti attivi, funnel AAARRR con conversioni e retention dettagliate.

Processo di revisione settimanale

Revisione dati il lunedì, sincronizzazione team il mercoledì e documentazione apprendimenti il venerdì.



Framework di ottimizzazione continua: growth loop e refresh strategico

Ciclo di crescita continuo

La crescita segue un ciclo continuo di ipotesi, test, apprendimento e iterazione per migliorare costantemente.

Processo Growth Loop settimanale

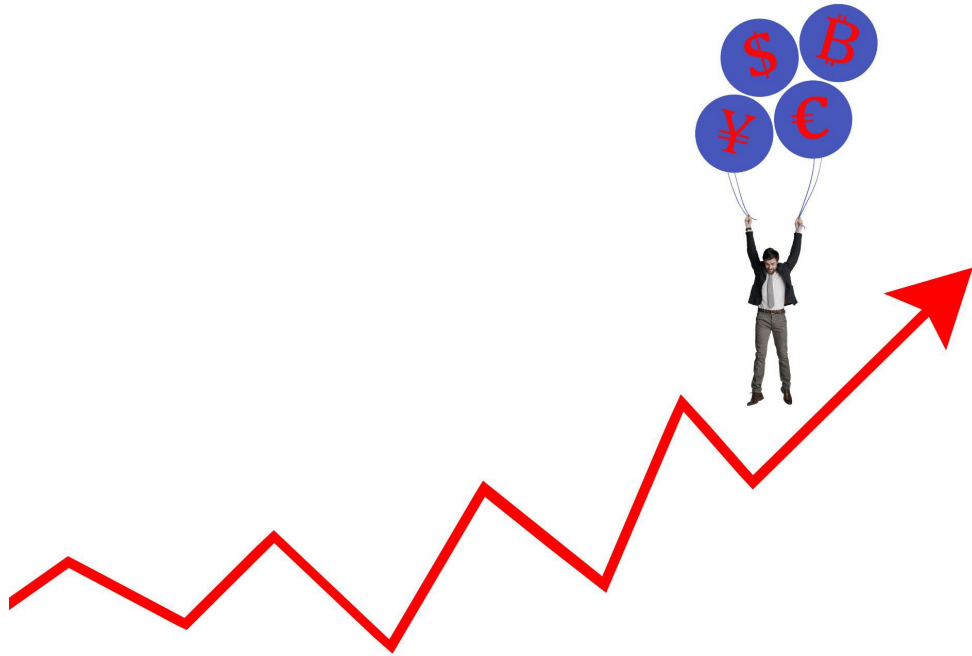
Analizza, ipotizza, sperimenta, valuta e implementa test per risolvere colli di bottiglia e ottimizzare risultati.

Refresh strategico trimestrale

Ogni 90 giorni si rivede la strategia considerando performance, mercato, e opportunità per adattarsi efficacemente.

Quiz di autovalutazione finale e spiegazioni strategiche

Domande e risposte sulla strategia di crescita, Stella Polare, Canvas e piano d'azione



Campagna marketing efficace

Onestà radicale ha creato credibilità e differenziazione unica nella campagna di Domino's.

Caratteristiche Metrica Stella Polare

La metrica deve essere anticipatrice, influenzabile dal team e facile da comprendere.

Vantaggi Ingiusti nel Canvas

Sono vantaggi competitivi sostenibili difficili da copiare come dati proprietari e fiducia del brand.

Struttura Piano d'Azione 90 Giorni

Il piano prevede momentum iniziale, leva crescita e ottimizzazione su tre mesi.

Spiegazioni delle risposte corrette e criteri di valutazione

Loop di ottimizzazione continua

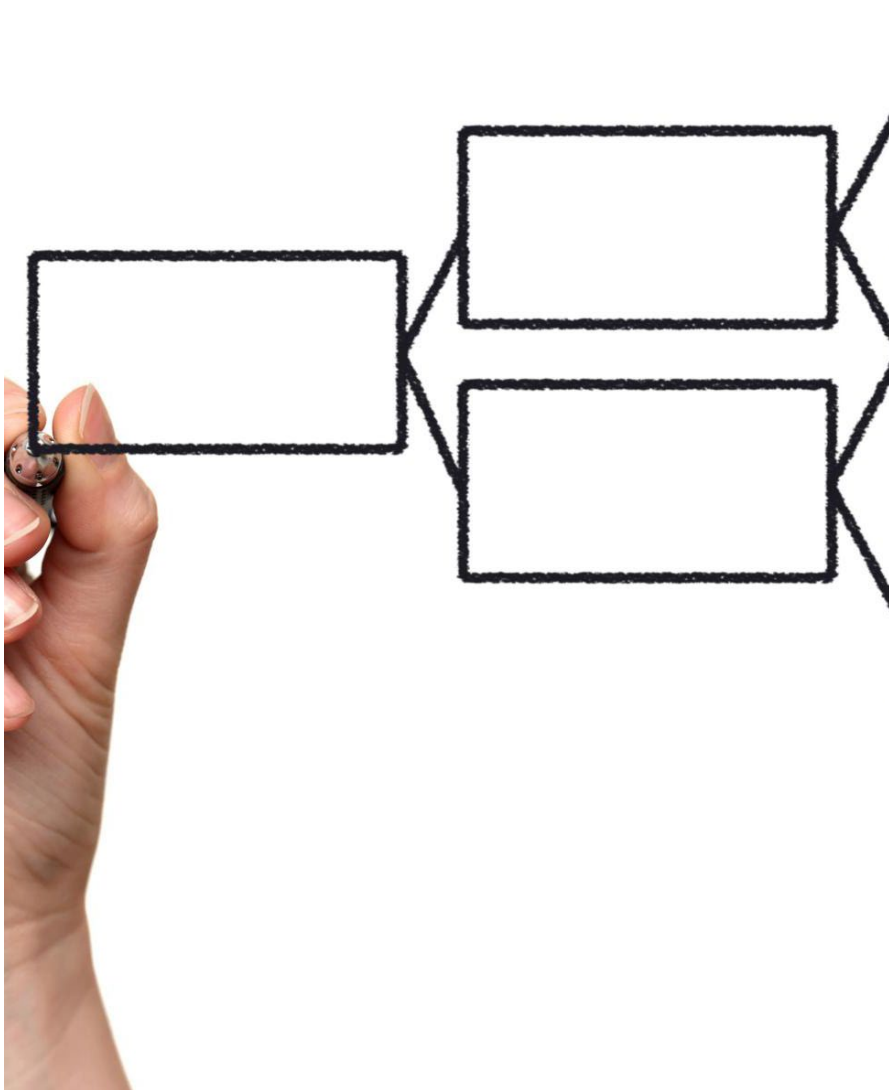
Il loop corretto è: Analizza, Ipotezza, Sperimenta, Valuta e Implementa per migliorare i processi continuamente.

Spiegazione della risposta corretta

Il growth loop identifica colli di bottiglia, genera idee, testa e scala le soluzioni vincenti.

Criteri di valutazione quiz

I punteggi indicano livelli di padronanza e suggeriscono aree di revisione o preparazione avanzata.



**Toolkit, risorse
e community
per la crescita
professionale**



Capacità acquisite, modelli mentali e strumenti operativi

Capacità di pensiero

Comprende diagnosi sistematica dei problemi con AAARRR e decisioni data-driven consapevoli e statistiche.

Capacità pratiche

Include progettazione test A/B, esecuzione esperimenti e allineamento strategico cross-funzionale con Canvas.

Capacità strategiche

Focus su impostazione OKR, aggiornamento strategico e sviluppo di team e cultura per crescita sostenibile.

Community, newsletter, mastermind e percorsi di apprendimento avanzati



Community Slack Privata

Spazi dedicati per condivisione audit, risultati esperimenti, e peer review strategie Canvas in Slack.

Newsletter Crescita Settimanale

Newsletter settimanale con casi studio, strumenti consigliati e highlights di apprendimento condiviso.

Sessioni Mastermind Mensili

Incontri mensili per revisione strategie, presentazioni esperti e risoluzione collaborativa di problemi.

Percorsi di Apprendimento Avanzati

Programmi formativi avanzati su growth hacking, product-led growth, data analytics e leadership crescita.

Risorse consigliate: libri, podcast e strumenti da padroneggiare



Libri consigliati per crescita

Libri selezionati che coprono abitudini, scaling, test A/B e metriche chiave per il successo.



Podcast per formazione continua

Podcast popolari che offrono approfondimenti su crescita, investimenti e sperimentazione nel business digitale.



Strumenti digitali essenziali

Strumenti chiave per analytics, test, automazione e design indispensabili per la gestione moderna dei progetti.

Conclusione: Crescita e innovazione continue nel Growth Hacking

Strategie fondamentali

Le strategie di Growth Hacking sono essenziali per guidare la crescita rapida e sostenibile nelle aziende moderne.

Mentalità innovativa

Adottare una mentalità orientata all'innovazione permette di sperimentare e migliorare continuamente i processi.

Crescita misurabile

La crescita deve essere costantemente analizzata e misurata per ottimizzare i risultati nel mercato competitivo.