



Suggerimenti di marketing psicologico

MENO TEMPO = PIÙ IMPEGNO. ECCO PERCHÉ

a cura di Roberto Pone - Settembre 2022

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussolle.confcommercio.it/comunicazione/meno-tempo-piu-impegno-ecco-perche/>

Il venditore dice: L'offerta scade a fine mese, non so se sarà rinnovata, conviene approfittarne subito.

E il cliente che fa? COMPRA

Mettere in evidenza l'imminente fine di un'offerta è una tipica tecnica di vendita che funziona perché ha alla base due automatismi decisionali:

- **Effetto scarsità:** proviamo attrazione per ciò che scarseggia.
- **Avversione alla perdita:** siamo più motivati dal rischio di perdere qualcosa che dalla possibilità di guadagnarla.

Due esempi al volo per dare un'idea di quanto la tecnica funzioni.

In una ricerca è stata mostrata agli utenti la locandina di uno spettacolo chiedendo se sarebbero andati a vederlo quel fine settimana. Laddove si diceva che lo spettacolo sarebbe rimasto in programmazione solo quel weekend, la probabilità dichiarata dagli utenti di andarlo a vedere aumentava del 36% [1].



In un'altra ricerca e settore è emerso che i buoni colazione in una famosa caffetteria venivano usati 5 volte di più laddove, diversamente da quanto potremmo pensare, la scadenza del buono era resa più breve [2].

Ricapitolando: **comunicare il poco tempo per beneficiare dell'offerta spinge il cliente all'azione.**

Fonti:

- [1] Shotton R., La fabbrica delle scelte. 25 bias comportamentali che influenzano i nostri acquisti, ROI Edizioni, 2021, p. 202. La ricerca citata è stata condotta assieme a Laura Maclean.
[2] Martin S.J., Goldstein N.J., Cialdini R.B., Piccole grandi idee. La scienza della persuasione per ottenere massimi risultati con minimi cambiamenti, Tea, 2015, citando Shu S., Gneezy A., Procrastination of enjoyable experiences, Journal of Marketing Research, 47(5), 2010.

Per le immagini:

backUp da shutterstock.com

SCOPRI DI PIÙ



Questo articolo fa riferimento alla Bussola [Neuromarketing nei servizi. Vendere di più, vendere meglio](#) scritta da Confcommercio in collaborazione con Terziario Donna e Ainem, Dicembre 2020.

Collana Le Bussole

Una linea di pubblicazioni pratiche, operative, scritte con un linguaggio concreto, informato di manuale e focalizzate sul core business delle imprese associate.