



Suggerimenti di marketing psicologico

QUANTO VALE PERDERE 100 EURO?

a cura di Roberto Pone - Ottobre 2022

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussole.confcommercio.it/comunicazione/quanto-vale-perdere-100-euro/>

Rischiare di perdere 100 euro conta di più che poterli guadagnare. Quanto di più? TANTO! Occorrerebbe, infatti, un potenziale guadagno di circa 260 euro per superare in valore percepito il rischio di perderne 100 [1].

Chi si occupa di vendita può allora **rafforzare l'attrattività di quanto proposto evidenziando le perdite cui si andrebbe incontro non accaparrandosi l'offerta.**

Esempio: in una ricerca è stato suggerito agli utenti il cambio di fornitore elettrico evidenziando la possibilità di risparmiare 100 sterline o di perderne altrettante decidendo di non cambiare.

Questa seconda modalità comunicativa, basata sulla perdita, ha portato, rispetto alla prima, un incremento del 45% delle manifestazioni di interesse a cambiare fornitore [2]. Identico importo ma enorme differenza in termini di capacità persuasiva frutto del nostro desiderio di evitare la perdita.



Fonti:

[1] Berger J., The Catalyst. How to Change Anyone's Mind, Simon & Schuster, 2020, pp. 66-69; riportando le stime in Britton Diana, The Loss Aversion Coefficient, Wealth Management.com, febbraio 2015.

[2] Shotton R., La fabbrica delle scelte. 25 bias comportamentali che influenzano i nostri acquisti, ROI Edizioni, 2021, p. 202; la ricerca è stata condotta assieme a Gabrielle Hobday.

Per le immagini:

Morphart Creation 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.