



Suggerimenti di marketing psicologico

## USA IL DIFETTO COME VANTAGGIO. LA TECNICA DEL DOPPIO MESSAGGIO

a cura di Roberto Pone - Ottobre 2022

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussole.confcommercio.it/comunicazione/usa-il-difetto-come-vantaggio-la-tecnica-del-doppio-messaggio/>

Come evitare che una debolezza nella proposta danneggi la vendita? Puoi provare la tecnica del doppio messaggio.

Con un primo messaggio **segnali al cliente una debolezza della proposta**, che sia ovviamente qualcosa di marginale nell'ambito sempre di un'offerta di qualità. In questo modo aumenta la percezione di fiducia che il cliente attribuisce a chi effettua la proposta.

Con il secondo messaggio **sposti subito l'attenzione dal difetto ai ben più rilevanti vantaggi** dell'offerta e la maggiore credibilità acquisita con il primo messaggio li renderà più persuasivi.

Laddove poi si riescano a **correlare gli aspetti negativi iniziali con quelli positivi**, i benefici persuasivi saranno maggiori.

Esempio, un venditore potrebbe segnalare il costo leggermente più alto della sua proposta ma subito sottolineare come questo verrebbe più che compensato dai vantaggi nella durata e poca manutenzione necessaria.

Insomma, come direbbe il saggio, ammettiamo piccoli difetti per convincere di grandi vantaggi.



**Fonti:**

Goldstein N.J., Martin S.J., Cialdini R.B., 50 segreti della scienza della persuasione, Tea, 2010, pagg. 108-113.

La frase in chiusura è un adattamento dell'aforisma di François de La Rochefoucauld "confessiamo i nostri piccoli difetti solo per convincere gli altri che non ne abbiamo di grandi".

**Per le immagini:**

NeoLeo 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.