



Suggerimenti di marketing psicologico

PREPARARE IL NEGOZIO AL BLACK FRIDAY

a cura di Roberto Pone - Novembre 2022

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussole.confcommercio.it/comunicazione/preparare-il-negozio-al-black-friday/>

Ci sono 2 motivi per cui chi vende dovrebbe arrivare preparatissimo al Black Friday. Il primo è la sua importanza, il secondo è il suo rischio.

Il Black Friday è, infatti, **una calamita per il cervello** dei clienti per via della **ricompensa emotiva** che si ottiene comprando a prezzo scontato. Ma non solo.

Si attivano altri automatismi decisionali come **l'effetto scarsità** per cui si prova attrazione per ciò che scarseggia. E la connessa **avversione alla perdita** dove il potenziale rischio di perdere un'occasione agisce come spinta all'azione.

Infine, la **riprova sociale** e cioè l'influenza del comportamento altrui per cui, se molti comprano, vorranno farlo anche altri.

Arrivare preparati al Black Friday è però necessario anche in considerazione del **rischio di un'iniziativa in cui tutto gira attorno agli sconti** che, ovviamente, riducono i margini per chi vende.

Preparati quindi con attenzione e per tempo a questa delicata iniziativa e se ti interessa ricevere qualche suggerimento su cosa fare, dai un'occhiata alla guida "[Come affrontare il Black Friday](#)".



Fonti:

Il cervello nel Black Friday dei record, blog Neurovendita, neurovendita.net, 26-11-2021.

Fulvio F., Come affrontare il Black Friday, approfondimenti Le Bussole, lebussole.confcommercio.it, 24-11-2020.

Per le immagini:

Trueffelpix 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.