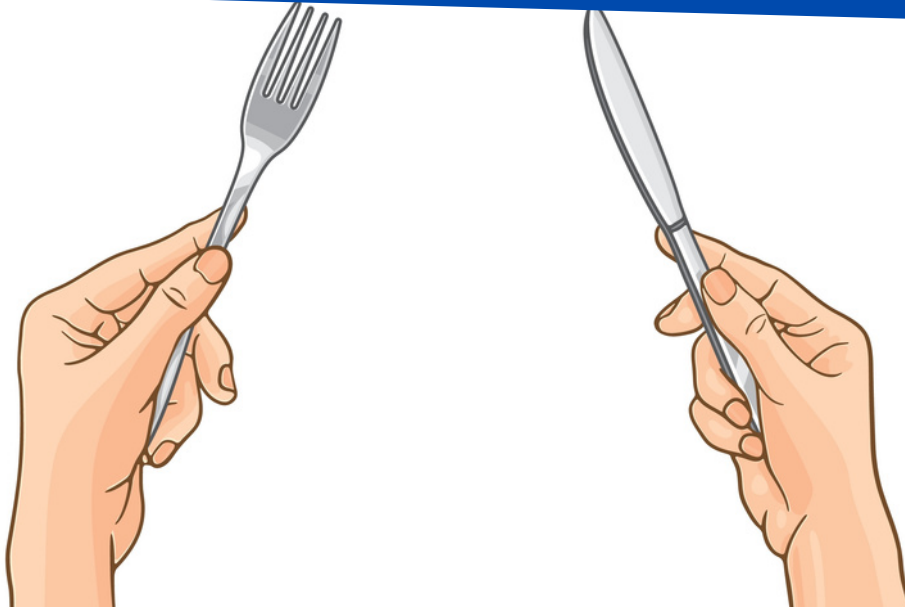




Suggerimenti di marketing psicologico

MIGLIORA LA VENDITA. LA TECNICA DEL PESO

a cura di Roberto Pone - Dicembre 2022

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussole.confcommercio.it/comunicazione/migliora-la-vendita-la-tecnica-del-peso/>

Esiste una relazione diretta tra quanto una cosa pesa e la qualità che le attribuiamo.

Questa relazione peso-qualità è emersa da diverse ricerche. In una, ad esempio, si è chiesto ai clienti di valutare una pietanza da tre piatti dal diverso peso ed è emerso che, assaggiarla dal piatto più pesante rendeva la pietanza il 13% più gradita di quando l'assaggio avveniva dal piatto più leggero.

In altre ricerche è emerso come un cioccolatino preso da una scatola resa di proposito più pesante sia percepito di migliore qualità. Così come il peso della bottiglia incide sulla qualità attribuita al vino e sul prezzo che si è disposti a pagarlo.

Un ristorante, allora, **potrebbe preferire posate più pesanti** potendo così migliorare la qualità percepita dell'intera pietanza.

O un consulente, usando questa tecnica del peso, potrebbe **produrre il documento che conclude il lavoro in versione cartacea**, oltre che digitale, prestando particolare cura alla qualità tipografica dello stampato.

Insomma, se rendi una cosa più pesante, la rendi più importante.



Fonti:

Russo V., Neuroscienze a tavola. I segreti del cervello per avere successo nella ristorazione, Guerini Next, 2020, pp. 132-134, in cui riporta anche i risultati di uno studio condotto da Piqueras-Fiszman et al., 2011.

Per le immagini:

SIRITAT TECHAPHALOKUL 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.