



Suggerimenti di marketing psicologico

COME PARLARE AL CLIENTE. LA TECNICA DELLA SEMPLICITÀ

a cura di Roberto Pone - Febbraio 2023

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussole.confcommercio.it/comunicazione/come-parlare-al-cliente-la-tecnica-della-semplicita/>

A meno che non ti trovi a parlare con dei veri esperti segui questa regola nel presentare la tua offerta. Comunica in maniera SEMPLICE, dove semplice non vuol dire banale, vuol dire CHIARO.

In base al principio di **fluidità cognitiva**, infatti, ciò che la mente trova semplice da comprendere lo considera più convincente.

Alcuni venditori, invece, cadono nella cosiddetta **maledizione della conoscenza** e cioè hanno difficoltà a immaginare cosa voglia dire non sapere quello che loro sanno e, pertanto, nel presentare i prodotti, trascurano alcune fondamentali informazioni di base o si focalizzano su tecnicismi o complicati dettagli pensando di fare così bella figura.

L'effetto è che chi ascolta avrà difficoltà a interpretare il messaggio e quindi lo considererà meno convincente.

Ricorda: il cervello ama le cose semplici.

Nel costruire le argomentazioni di vendita prova allora questo esercizio: registrati mentre le esponi e poi riascoltati. Se quanto hai detto lo capirebbe anche un bambino, allora va bene!



Fonti:

Shotton R., La fabbrica delle scelte. 25 bias comportamentali che influenzano i nostri acquisti, ROI Edizioni, 2021, p. 131.

Goldstein N.J., Martin S.J., Cialdini R.B., 50 segreti della scienza della persuasione, TEA, 2010, pp. 153 – 156.

Dornetti L., Vendere al cervello emotivo del cliente: suggerimenti pratici, Webinar Neuromarketing nei servizi, Confcommercio, 25 Marzo 2021.

Per le immagini:

BoimSedino 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.