



Suggerimenti di marketing psicologico

MIGLIORA LE RECENSIONI CON LO STORYTELLING

a cura di Roberto Pone - Marzo 2023

Puoi rendere le recensioni dei clienti sulla tua attività più convincenti se li guidi a costruirle sotto forma di storie.

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussole.confcommercio.it/comunicazione/migliora-le-recensioni-con-lo-storytelling/>

Ecco cosa fare:

Anzitutto chiedi al cliente, se ha gradito l'offerta, una recensione. Puoi usare una email inviata qualche giorno dopo l'acquisto ricordandoti di firmarla. Usa un tono amichevole, ringrazia e ribadisci quanto la recensione sia importante per la tua attività o per incoraggiare lo staff, e chiedi ai clienti:

- Quali problemi volevano risolvere?
- Cosa li ha spinti a sceglierti?
- In che modo li hai soddisfatti?

Con queste domande spingi il cliente a seguire le 3 fasi di una storia: la **normalità** (quel che succedeva prima di provare l'offerta), l'**esplosione** (quando il cliente incontra la tua proposta), la **nuova normalità** (i benefici ottenuti).



Man mano puoi aggiustare le domande per incoraggiare i clienti a fornire **dettagli**, condividere **emozioni** (ad esempio le difficoltà prima di provare la tua offerta) e individuare un **momento significativo** (ad esempio la prima volta che hanno sentito parlare del servizio).

Avendo la forma di una storia le recensioni saranno più influenti e, ricorda, **se hai dei clienti hai delle storie. Devi solo chiedere!**

Fonti:

Hall K., *L'arte dello storytelling. In che modo lo storytelling può attirare clienti, influenzare il pubblico e trasformare la tua azienda*, Alise Editore, 2022, pp. 200, 201 e 209-217.

Per le immagini:

Zatria.Creative 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.