



Suggerimenti di marketing psicologico

QUANDO IL PREZZO MIGLIORA IL GRADIMENTO

a cura di Roberto Pone - Aprile 2023

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussole.confcommercio.it/comunicazione/tecnica-di-vendita-dellabbastanza/>

Se riesci a vendere anche solo qualcosina in più ma a un gran numero di utenti l'impatto sui tuoi risultati, nel medio periodo, sarà significativo.

Per farlo puoi provare la **tecnica dell'«abbastanza»**. Funziona così. Nell'interagire col cliente, **nel momento in cui può esserci indecisione tra due alternative, proponi direttamente quella migliore per qualità, per quantità o per frequenza**. Nel farlo usa una domanda e la parola "abbastanza".

Ad esempio, se il cliente dal fruttivendolo chiede qualche mela, invece di dire "Quante? Sei, otto?" chi vende potrebbe domandare direttamente "8 sono abbastanza"?

O ad esempio, se offri un servizio periodico in cui la frequenza raccomandata è ogni 4 o 6 settimane, potresti chiedere direttamente "vederci ogni 4 settimane è abbastanza per lei?"

L'uso della parola «abbastanza» è come se rendesse la soglia più contenuta rispetto all'esigenza, e quindi più accettabile. Inoltre, porre una domanda diretta, renderà la scelta più semplice e immediata.



Fonti:

Jones P.M., Exactly What To Say. Your Personal Guide to the Mastery of Magic Words, Page Two, 2017, pagg. 138-141.

Per le immagini:

Net Vector 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.