



Suggerimenti di marketing psicologico

OGNI NEGOZIO HA UNA STORIA. RACCONTALA

a cura di Roberto Pone - Maggio 2023

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussole.confcommercio.it/comunicazione/ogni-negoziio-ha-una-storia-raccontala/>

Se stai cercando un modo per differenziarti dalla concorrenza che sia semplice, poco costoso e adatto anche a una piccola impresa, la **storia del fondatore** fa al caso tuo.

Non servono, infatti, avvenimenti eccezionali per avere un'ottima storia del fondatore e, questa, praticamente si scrive da sola, essendo la storia della tua impresa. Inoltre, tutti quelli che sono coinvolti nell'azienda possono raccontarla e non solo l'imprenditore.

Per mettere a punto la storia del fondatore segui questi consigli:

- **Utilizza come protagonista il fondatore dell'azienda.** Non il prodotto, non i clienti, non l'azienda nel suo insieme ma colui che l'ha fondata.
- Resisti alla tentazione di concentrarti sui successi e **parla anzitutto delle difficoltà** che hai cercato di risolvere
- **Descrivi le emozioni:** ad es. la frustrazione di fronte alle difficoltà e, viceversa, la determinazione che ha accompagnato la loro risoluzione. **L'efficacia di una storia, infatti, è legata al contrasto tra queste emozioni.**
- Sii specifico, indicando **un momento e un luogo** che caratterizzano la storia e **dettagli** che aiutano, chi ascolta, a immedesimarsi.
- **Non stancarti di raccontarla.** Potrà sembrarti ripetitivo ma, ricorda, l'efficacia della tua storia sarà sempre massima per il cliente che la sentirà per la prima volta, rendendo così la tua impresa differente dalle altre, e più interessante.



Fonti:

Hall K., *L'arte dello storytelling*, Alise, 2022, pagg. 125-164.

Per le immagini:

Antlii 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.

