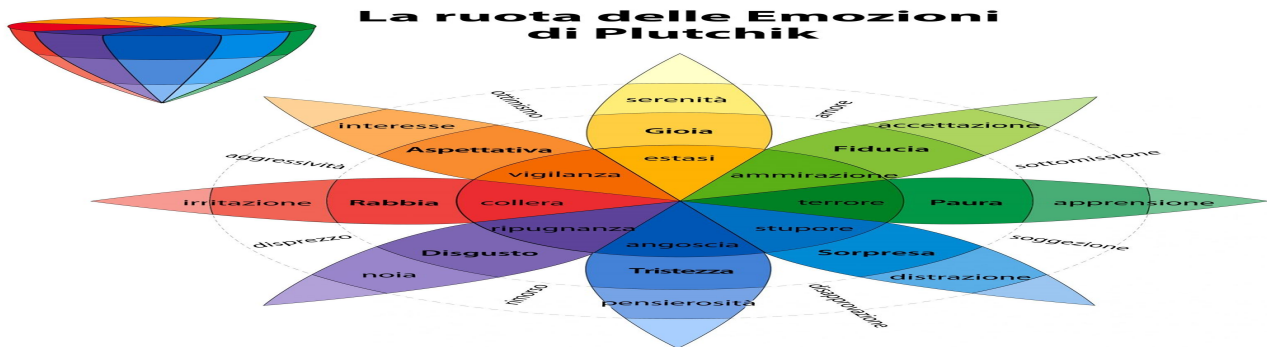




# Come scrivere contenuti da condividere: la ruota di Robert Plutchik

di Paolo Franzese



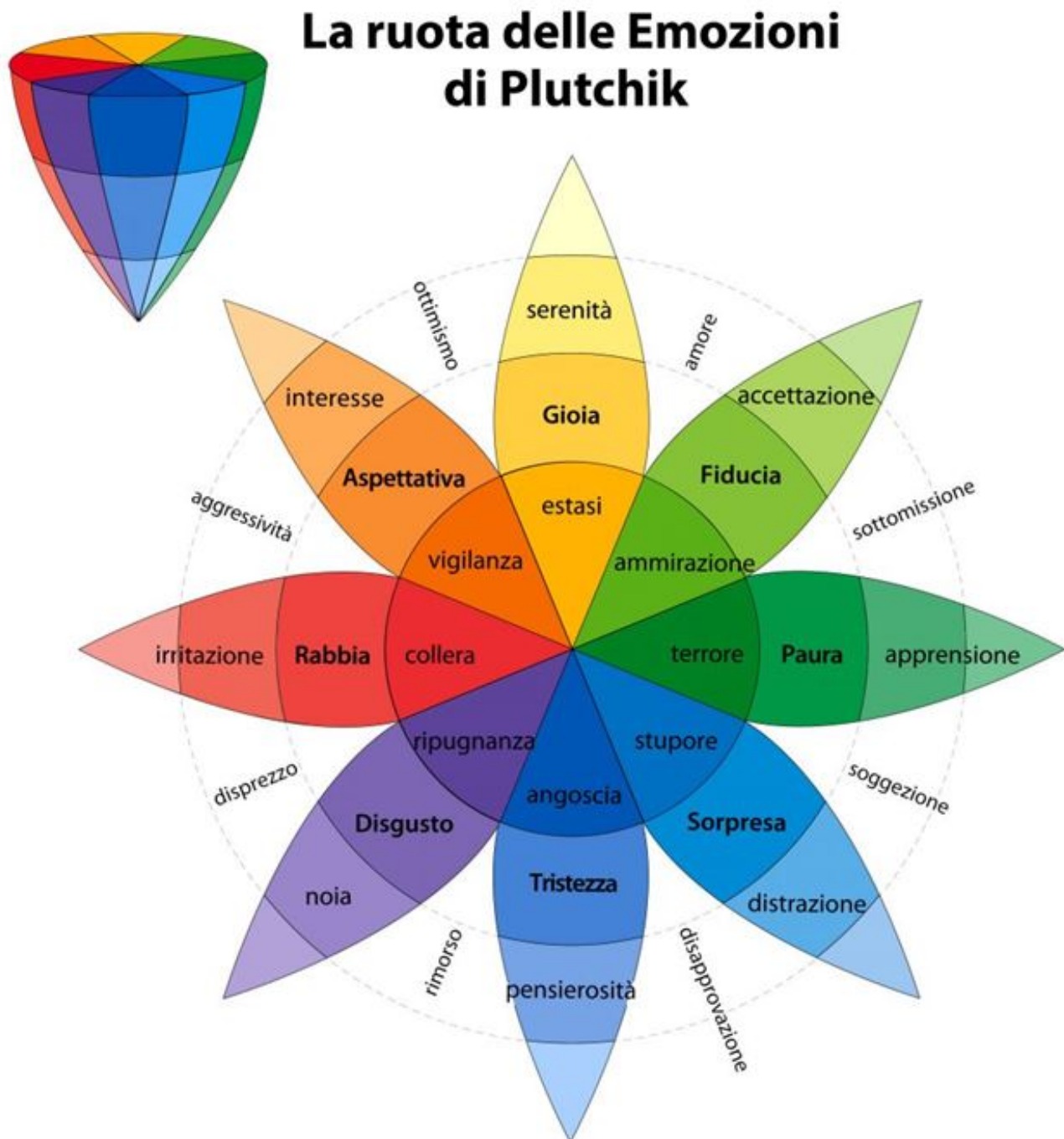
Come scrivere contenuti da condividere: la ruota delle emozioni.

## Robert Plutchik

Uno psicologo statunitense che era molto interessato allo studio di emozioni, suicidio e violenza e lo studio del processo psicoterapia.

Bisogna prendersi cura delle emozioni da esprimere nei contenuti.

Nel 1980 ha creato “la ruota delle Emozioni” costituita da 8 emozioni base e 8 emozioni avanzate composte da quelle base.



La ruota delle Emozioni di Plutchik

Iscriviti alla newsletter se questo contenuto ti interessa.

Oppure unisciti alla community [IMAGINERS](https://www.imaginepaolo.com/communita).

Come scrivere contenuti da condividere? Giocare con le emozioni primarie.



## Emozioni primarie

Le quattro coppie di emozioni primarie mescolandosi tra loro possono produrre un'infinita varietà di esperienze emozionali:

- gioia contro dolore;
- rabbia contro paura;
- accettazione contro disgusto;
- sorpresa contro attesa.

Come scrivere contenuti da condividere? Utilizzare le emozioni di base.

## Emozioni di base

- Gioia;
- Fiducia;
- Paura;
- Sorpresa.

Come scrivere contenuti da condividere? Utilizzare le emozioni opposte di base.

## Opposto di base

- Tristezza;
- Disgusto;
- Rabbia;
- Anticipazione.

Come scrivere contenuti da condividere? Impara dalle emozioni che fanno scattare la condivisione.

## Quali emozioni fanno scattare la condivisione?

Bisogna utilizzare la scienza delle emozioni nel marketing, imparare *come il nostro cervello decide cosa condividere*.

Quando incontriamo una immagine che ci “ravviva” la inviamo subito agli altri per trasmettere energia. La condivisione contiene lo spirito di chi condivide, ogni immagine ricorda a noi e agli altri che siamo vivi, felici e pieni di energia. Ma possiamo anche non sentirci sempre così.

Il “mi piace”, il condividi, il commento è come un regalo da restituire al mittente, gli trasmettiamo affermazione.



La condivisione contribuisce a un maggiore scambio di energia che amplifica il nostro piacere, questo è qualcosa per cui siamo programmati.

Le emozioni che favoriscono la massima condivisione dei tuoi contenuti sono:

- Divertimento + Gioia;
- Ira + Frustrazione + Sdegno.

? **Esempio:** la sensazione di superare una [paura primordiale](#) sposta i clienti. Devi capire il richiamo emotivo dei clienti verso i tuoi servizi/prodotti e i fattori chiave che si nascondono dietro la condivisione.

Quale risposta emotiva che crea il tuo contenuto?

---

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 23 Aprile 2014