

# Come sfruttare il ZMOT Zero Moment of Truth, un segreto per vendere di più

di Paolo Franzese

ZMOT – Zero Moment of Truth



**2005 – Procter & Gamble:** bastano dai 3 ai 7 secondi per decidere quale prodotto comprare (FMOT First Moment Of Truth)

**2011- Jim Lecinski:** il consumatore prima di acquistare un prodotto cerca in internet e e poi acquista (ZMOT – Zero Moment of Truth).

## Come acquistavamo prima?

Prima avevamo tre momenti:

**Stimolo:** quando dopo aver visto/ascoltato una pubblicità nasce in noi il bisogno di acquistare;

**First Moment Of Truth:** quando si decide il prodotto/servizio da acquistare tra i tanti presenti;

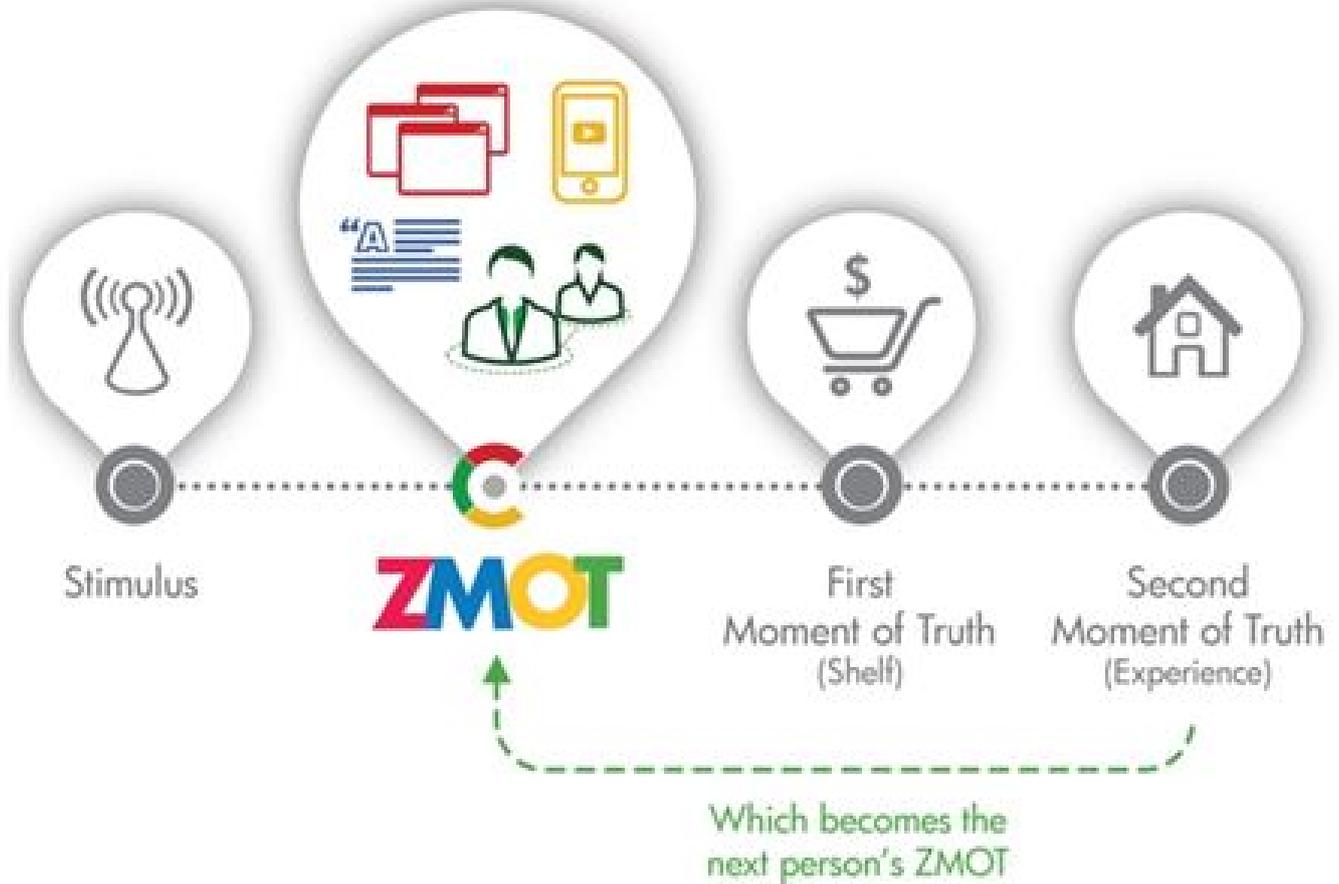
**Second Moment Of Truth:** quando si valuta il prodotto e si parla dell'acquisto.

## Come acquistiamo oggi?

Oggi c'è internet e prima di acquistare un prodotto/servizio si cerca, si guardano i video su Youtube “unboxing”, si leggono le recensioni, si leggono le valutazioni, si confrontano prezzi, e poi si cercare di nuovo e poi si cercano anche amici che possono consigliarvi sul prodotto, si cerca

sui social media. Oggi in sintesi si aggiunge questo momento:

**Zero Moment of Truth:** quando cerchiamo informazioni in rete prima di acquistare.



Se ne parla in questo documento da scaricare:





WINNING THE  
ZERO MOMENT OF TRUTH



Google



Potete scaricarlo da questo link:

[http://www.zeromomentoftruth.com/assets/files/ZMOT\\_Handbook.pdf](http://www.zeromomentoftruth.com/assets/files/ZMOT_Handbook.pdf)

## Quando nasce questo momento?

- quando siamo in attesa ad oziare e navighiamo con il nostro smartphone;
- quando siamo in ufficio e con il nostro computer iniziamo a cercare in rete;
- quando siamo con gli amici al portatile per progettare un acquisto;
- quando siamo davanti al prodotto con lo smartphone iniziamo a leggere recensioni;
- etc... etc...

## Chi acquista così?

Uno studio di <http://shoppersciences.net/> dichiara che oggi la maggioranza degli acquisti sono fatti in questo modo, passando per il momento ZMOT.

## Come farsi trovare nel momento ZERO (ZMOT)?

Dovete assolutamente esserci, controllate se siete presenti, ponetevi e verificate queste domande:

- siamo sui motori di ricerca?
- siamo sui social networks;
- siamo sui forum?
- siamo sui siti comparatori di prezzo?
- quando iniziamo a digitare in nostro prodotto compare con l'autocompletamento di google?
- il nostro sito compare nelle prime tre posizioni con le ricerche dei miei annunci?
- il nostro brand compare nelle recensioni e commenti in siti di settore?
- etc... etc...

Controllate la vostra presenza e se avete problemi agite subito come ci dice Jim Lecinski.

Interagite con il vostro pubblico, presidiate tutti i siti in cui dovete essere presenti, coinvolgete il pubblico e portateli alla scelta migliore. Seguite i trends, pubblicate video su Youtube, progettate e riprogettate le vostre azioni... Insomma

## “Insegnate ad acquistare il vostro prodotto nel momento ZMOT”

Un ultimo consiglio se non riuscite a farlo voi, **contattate** un esperto o **formate** un **esperto** che curi le vostre **OLMR – Online media relations** ne trarrete sicuro dei vantaggi.



## Materiali e strumenti utili

<http://www.zeromomentoftruth.com/toolbox>

---

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 28 Marzo 2016