Come vendere di più con la persuasione subliminale

di Paolo Franzese



Come vendere di più con la persuasione subliminale? Nei miei seminari vi ho parlato dell'esistenza di tecniche subliminali e neuromarketing per "vendere di più".

- Ti piacerebbe vendere di più?
- Ti piacerebbe ottenere un maggior numero clienti seduti ai tuoi tavoli?
- Ti piacerebbe ottenere un aumento di follower sui social?
- Ti piacerebbe guadagnare di più?

Uno dei segreti per ottenere **risultati migliori** nel marketing è utilizzare i vari aspetti della psicologia umana. Ognuno di noi è profondamente influenzabile, sei influenzabile dal **contesto** quando si tratta di comprare, soprattutto *online*. Su internet predomina l'istinto irrazionale e illogico. Ed è proprio per questo che nel marketing e nella comunicazione si trovano esempi di "*persuasione subliminale*".

Cosa significa "tecniche subliminali?"

> Sono sistemi usati per trasmettere un messaggio tramite immagini o suoni molto brevi o nascosti che l'individuo non è in grado di percepire in modo consapevole.

Come vendere di più con la persuasione subliminale? Ecco alcuni esempi.

Effetto Camaleonte

Effetto dimostrato da **Chartrand** e **Bargh** alla fine degli anni '90.

Quando stiamo parlando con un'altra persone possiamo iniziare a mimarne la comunicazione *non verbale*:

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

- I gesti;
- Le posture del corpo.

Immediatamente diventiamo più graditi, abbiamo persuaso l'interlocutore.

Questo si chiama: **Effetto Camaleonte** (*chameleon effect*).

Il primo messaggio subliminale

La leggenda della frase **"Bevi Coca-Cola"**

Si racconta che questo sia stato uno dei primi messaggi subliminali, si parla del 1957. Un esperimento condotto da **James Vicary** che praticamente inserì nel film **Picnic** dei fotogrammi che comparivano a 1\3000 di secondo, dei fotogrammi che portavano la scritta:

> *"Hai fame? Mangia popcorn e bevi CocaCola"*

Effetto Priming

Per esempio l' **"Esperimento condotto dai proff. Murphy e Zajonc nel 1993"**.

Foto di persone accigliate e foto di persone sorridenti.

Risultato: valutazione positiva verso i volti sorridenti, con miglioramento dell'umore.

Stiamo attenti ai comportamenti inconsci, utilizziamoli con razionalità per indurre i nostri "clienti" a scegliere noi velocemente.

Se ti interessa l'argomento puoi leggere anche questo post nel gruppo IMAGINERS.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 10 Marzo 2020

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com