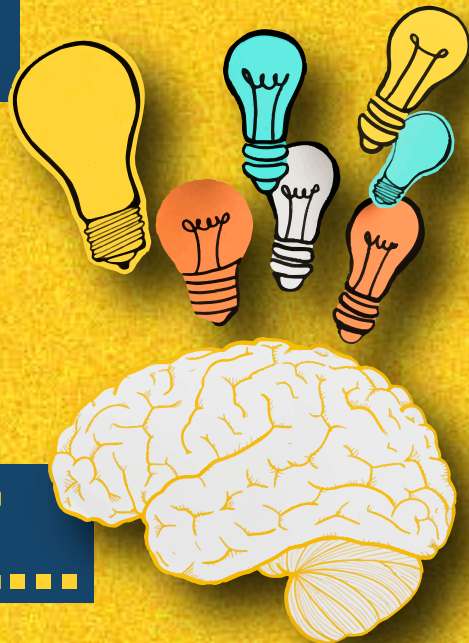


IL COPYWRITING

PERSUASIVO

I TRUCCHI E

LE TECNICHE...



RFMcube

Rendi più Semplice il tuo Marketing.



Urlare in faccia ai nostri clienti quanto siamo bravi e quanto è favoloso il nostro prodotto o servizio non è una bella idea.

I nostri utenti sono sempre più informati ed esigenti.

Il copy orientato alla vendita non è solo il risultato di una buona grammatica e punteggiatura, ma la coesistenza di elementi strutturali in grado di coinvolgere il lettore e persuaderlo rendendoci irresistibili.



RFMcube

Rendi più Semplice il tuo Marketing.



Il nostro cervello è diviso in tre strati: il “New Brain” che pensa, il “Middle Brain” che sente e l’“Old Brain” che decide, in base alle informazioni giunte dagli altri due.

Dipendiamo dal “Vecchio cervello” da circa 160 milioni di anni per le decisioni che riguardano principalmente la sopravvivenza.

Un pò maldestri proviamo a parlare con il “Nuovo Cervello”, quello più dotto, ma è il primordiale che prende tutte le decisioni, quindi, dobbiamo ingegnarci ed applicare tecniche persuasive che ci permettano di superare i blocchi generati dall’Old Brain.



RFMcube

Rendi più Semplice Il tuo Marketing.



Lo studioso Robert Cialdini, psicologo statunitense, attualmente professore di Marketing all'Arizona State University, ha elaborato i 6 principi scientifici di persuasione, basati su esperimenti e ricerca continua.



Rendi più Semplice Il tuo Marketing.



RECIPROCIÀ

Se pensiamo al Marketing anni '60 possiamo davvero affermare quanta acqua sia passata sotto i ponti: le aziende erano prodotto-centriche.

Oggi si pone al primo posto il cliente ed il suo bisogno. Si fa di tutto per coccolarlo.

Tutti benefattori?
Ebbene no!

Produci valore per i tuoi utenti attraverso il tuo copy e loro si sentiranno in dovere di restituire il piacere.





EMPATIA

“Ehi coso! Non ricordo come ti chiami!”

Non è esattamente il modo corretto di parlare ai tuoi clienti.

Alle persone interessa di coloro che amano.

Il tuo copy deve essere scritto per le persone con un tono diretto e autentico.

Solo pensando di rivolgerti alla tua audience riuscirai a produrre testi non scontati ed empatici.

Questo ti aiuterà ad accrescere consensi.



RFMcube

Rendi più Semplice Il tuo Marketing.



PROVA SOCIALE

Se per testare un nuovo ristorante chiediamo un parere a tutti i parenti, amici e colleghi, figuriamoci per acquistare un nuovo prodotto o servizio cosa siamo capaci di fare!

Bene...anticipa queste criticità e aggiungi prove, immagini, recensioni, video e testimonianze di altri clienti, unite a grafici e dati, prima di provare a vendere.





AUTOREVOLEZZA

Nessuno vorrebbe essere operato a cuore aperto da un novellino. Lo stesso ragionamento di prudenza, in minor misura, lo fa il cliente quando affronta il processo decisionale di acquisto.

Dimostra di avere le carte giuste per soddisfare il suo bisogno, di avere il curriculum giusto o di essere riconosciuto da “chi ne capisce di più”.

Il tuo cliente non potrà far altro che avere fiducia in te.



RFMcube

Rendi più Semplice il tuo Marketing.



COERENZA

I clienti amano essere coerenti con loro stessi.

Se sono convinti che tu sia il giusto interlocutore per risolvere un loro problema, perché, magari, già sei stato un buon riferimento in passato, perseguiranno la stessa strada, dandoti nuove opportunità.

ATTENZIONE: per i tuoi clienti è indispensabile rivedere nelle diverse occasioni di contatto con te, la stessa qualità e performace.

La “questione coerenza”
vale anche per te!



RFMcube

Rendi più Semplice il tuo Marketing.

SCARSITÀ



Il pentimento di non aver afferrato un'opportunità brucia davvero tanto.

Per questo molti brand comunicano che una determinata occasione non durerà per sempre.

Sottolinea ai tuoi clienti l'eccellenza di ciò che gli proponi.

Sapendo che si tratta di un'esclusiva, ci penseranno più di una volta prima di dirti di no.



RFMcube

Rendi più Semplice il tuo Marketing.

PROVA GRATIS

RFM CUBE

E FAI EVOLVERE

LA TUA

SEGMENTAZIONE



RFMcube

Rendi più Semplice il tuo Marketing.