

Le influenze sul processo decisionale di acquisto

Focus: la pubblicità

**Quante
decisioni
prendiamo al
giorno?**



Ti decidi?



30/40

MILA al giorno

Processo decisionale



Fattori che influenzano le decisioni



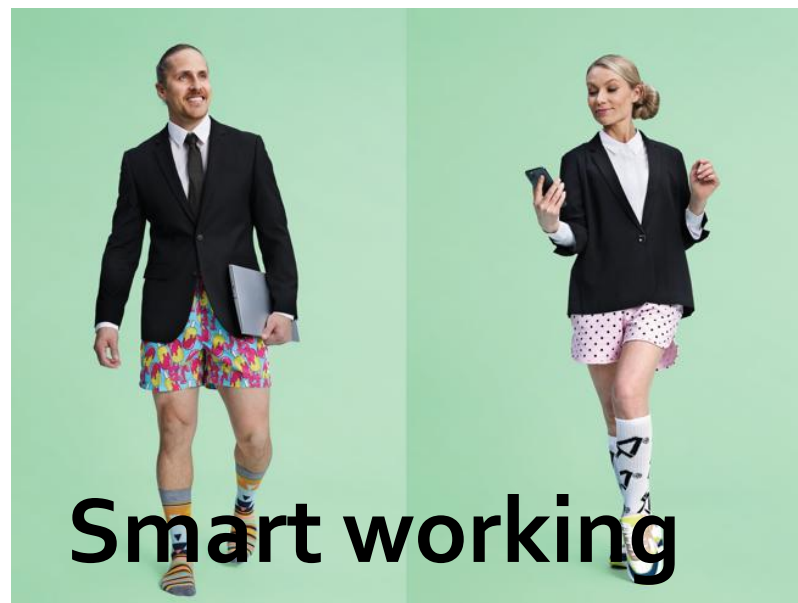
Livelli

A decisione uguale non sempre
corrisponde complessità uguale

Cosa mi metto?



Lavorare



Smart working



Riunione

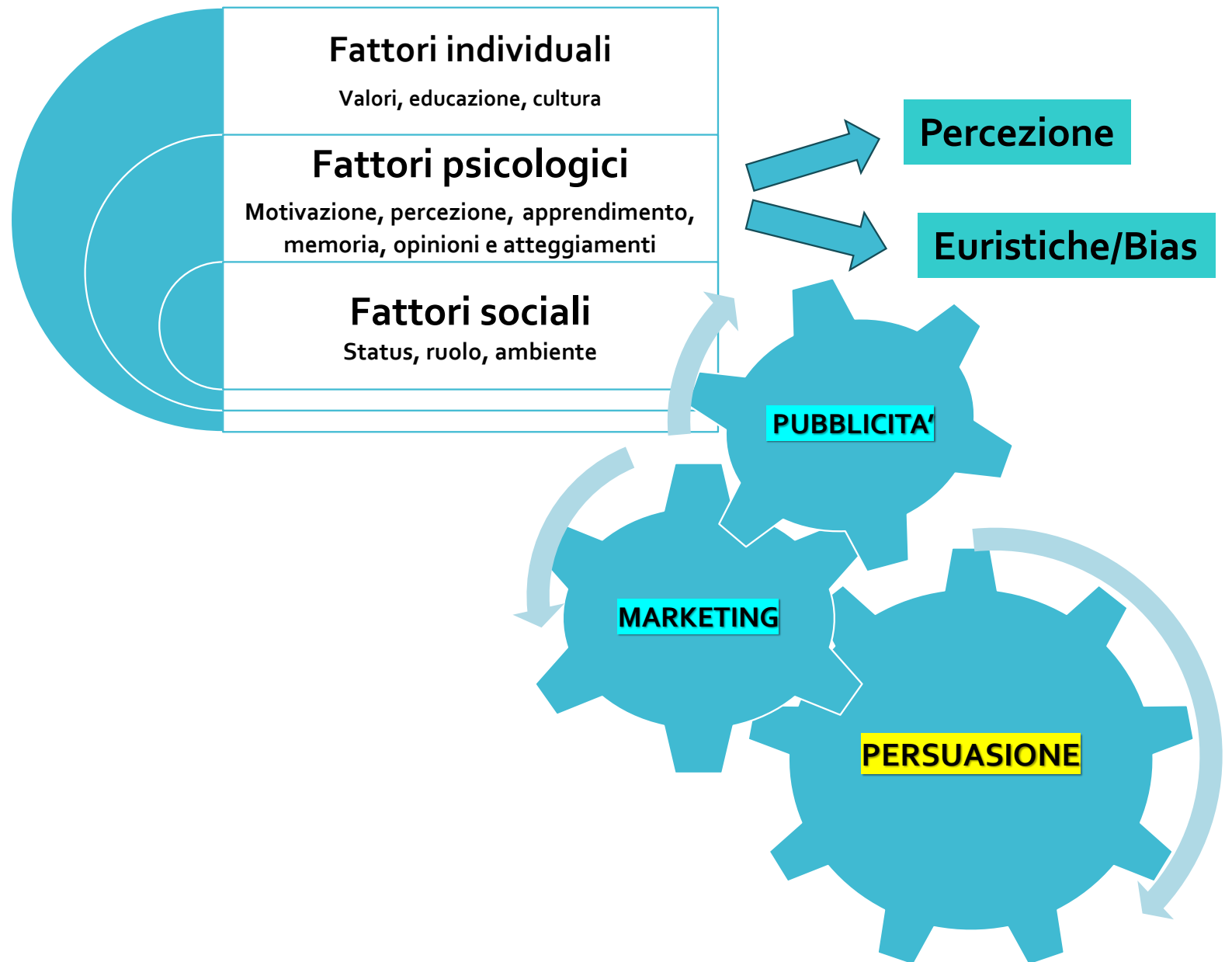


Associazione Tessile e Salute

Processo decisionale d'acquisto



Fattori che influenzano le decisioni di ACQUISTO



Quando
GUARDIAMO
la stessa cosa
non è detto
che
VEDIAMO la
stessa cosa

PERCEZIONE



Otto di quadri

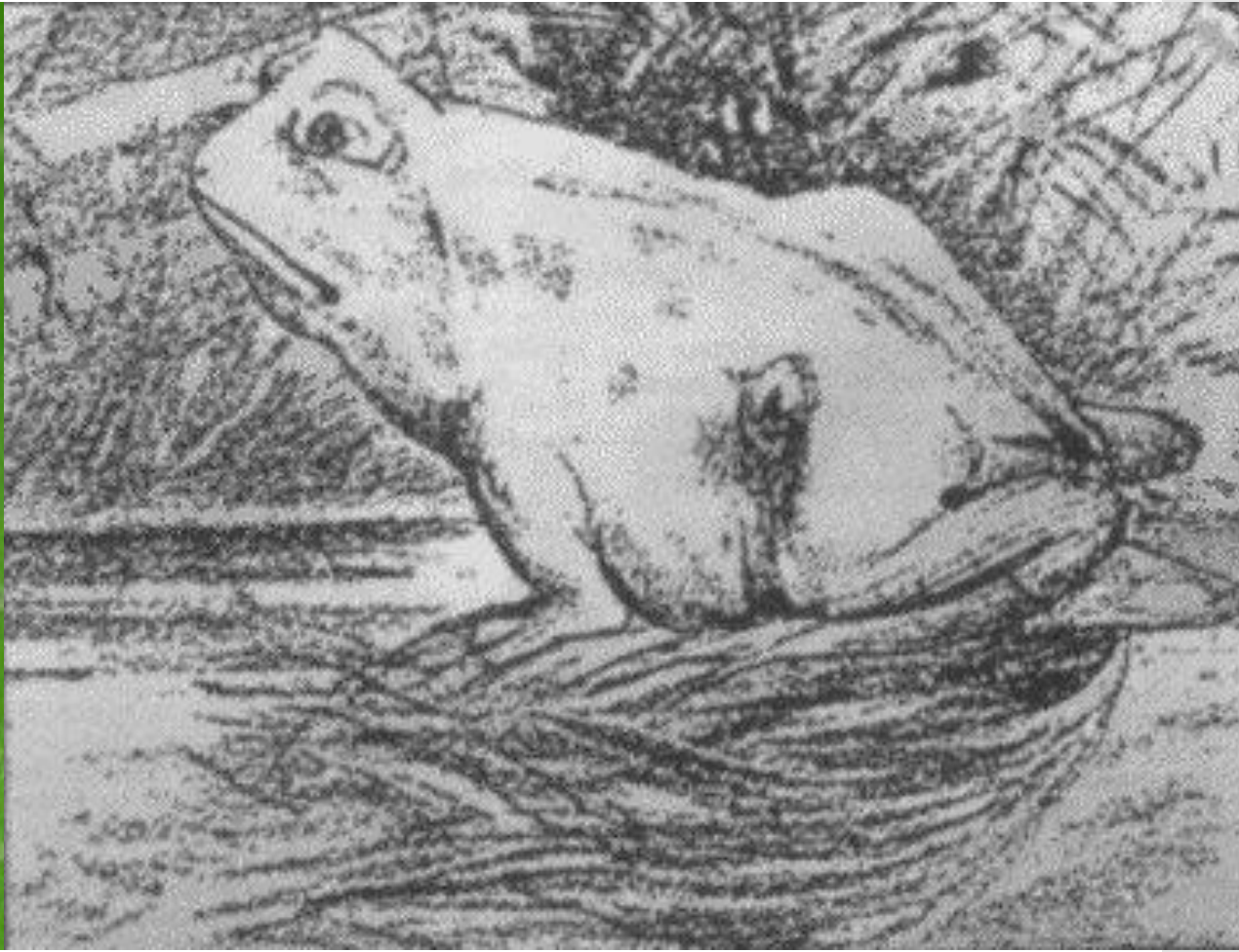


Cocker

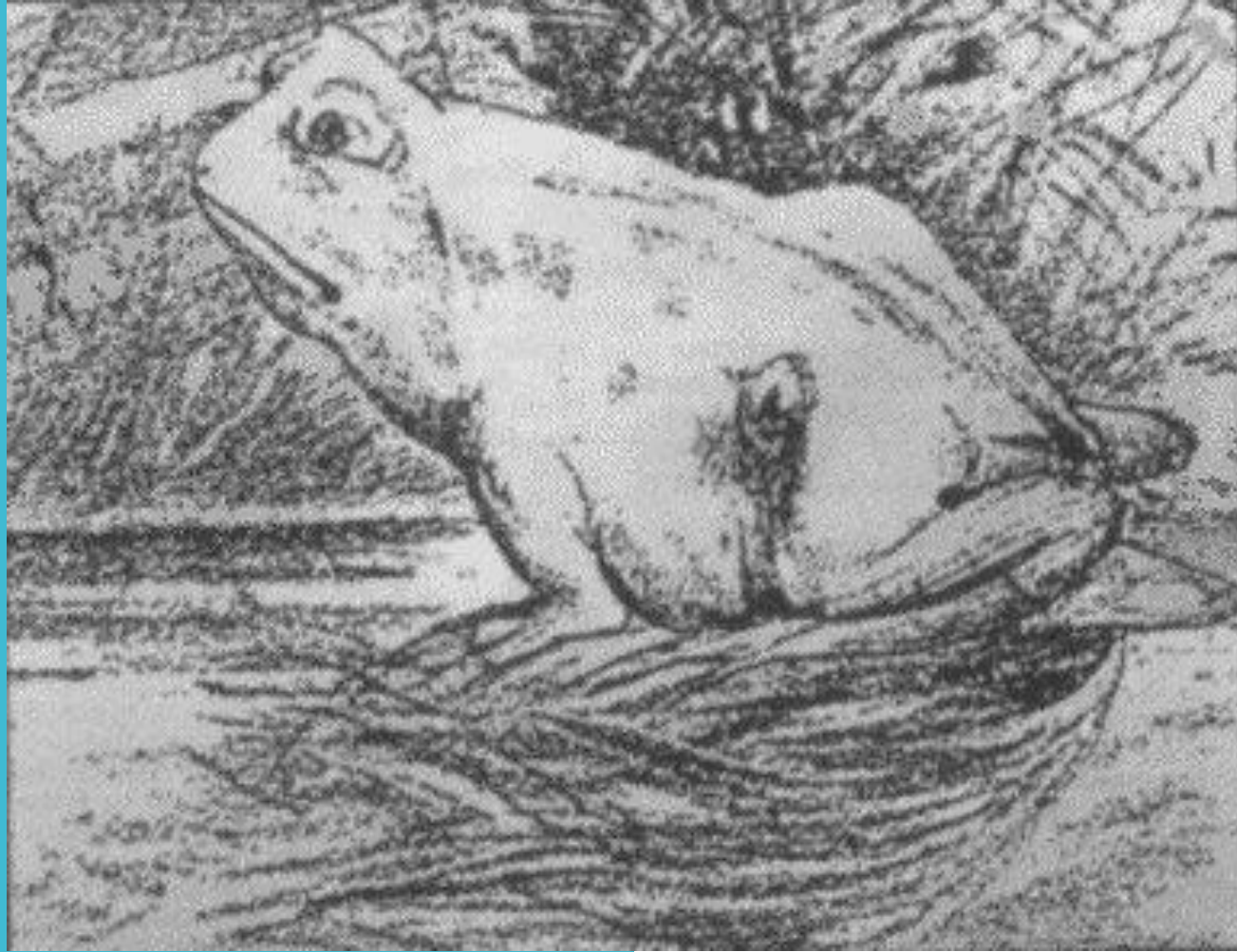


Profilo









Scherzi della
percezione
VIDEO
gioco di
prospettive

<https://www.youtube.com/watch?v=J5iQh3oTyUA>

Le influenze sul processo decisionale

EURISTICHE

Concetto introdotto da Herbert Simon, Economista e Psicologo - Premio Nobel per l'Economia, secondo il quale l'essere umano opera all'interno della **razionalità limitata**.

Le euristiche sono strategie cognitive che servono a prendere decisioni, risolvere problemi in modo efficiente ed efficace, ma non sempre funzionano.

Sono scorciatoie che possono diventare «trappole» cognitive e motivazionali, ossia deviazioni sistematiche dal comportamento perfettamente razionale. Infatti una delle euristiche più note è quella del

TENTATIVO ED ERRORE

Le influenze sul processo decisionale

BIAS

I bias cognitivi sono delle distorsioni che le persone attuano nelle valutazioni di fatti e avvenimenti e che spingono a ricreare una propria visione soggettiva che non corrisponde fedelmente alla realtà. Sono basati su pregiudizi.

Bias EFFETTO ALONE

La percezione di un tratto è influenzata dalla percezione di uno o più altri tratti dell'individuo o dell'oggetto

Se un marchio fa un prodotto che ti piace, comperi anche un prodotto del tutto diverso se dello stesso marchio

Bias attualizzazione iperbolica

- la propensione a scegliere, sempre e comunque, il *piacere immediato*. E' il bias del tutto e subito

Bias avversione alle perdite

- A parità di cifre (ma anche in caso di guadagni sostanzialmente più elevati), preferiamo di gran lunga evitare le perdite, piuttosto che ottenere dei guadagni.
- Preferiamo pensare a ciò che RISPARMIAMO piuttosto che a ciò che spendiamo

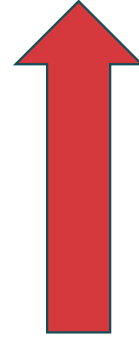
PERSUASIONE

La persuasione è una azione volta a influire o condizionare gli altri per raggiungere i propri scopi o obiettivi. Si tratta di meccanismi o metodi molto efficaci e convincenti che inducono l'interlocutore ad abbracciare totalmente il punto di vista della persona che sta parlando

Robert Cialdini, psicologo e ricercatore presso l'Università dell'Arizona, ("The science of persuasion") ha identificato **6 categorie** all'interno delle quali rientrano le principali tecniche di persuasione

TECNICHE DI PERSUASIONE

1. **Reciprocità** (campioni omaggio/assaggi)
 2. **Impegno e coerenza** (cambio marchio)
 3. **Riprova sociale** (recensioni)
 4. **Simpatia**
 5. **Autorità**
 6. **Scarsità** (produzioni limitate/limited edition)
- } (influencer/testimonial)



Tutto ciò

è alla base del marketing e della pubblicità

Marketing

Strategie ed analisi mirate a studiare e capire i bisogni del consumatore ...

Comprende il processo di produzione, promozione, distribuzione (punto vendita) e determinazione del prezzo di beni, servizi o idee...

Marketing & Pubblicità

PRODOTTO

Brand, selezione delle materie prime, design, imballaggi, il ciclo di vita del prodotto, servizi aggregati, usabilità, USP (legata alla promozione).

Benefici percepiti dal cliente.

PLACE/DISTRIBUZIONE

Attività per far giungere un prodotto al consumatore: punti vendita, gestione dei canali di distribuzione (*channel management*) e dei magazzini, la logistica delle merci, la copertura del mercato.

PREZZO

Politiche di pricing che un'impresa può attuare: coupon di sconto, promozioni a tempo o pezzi limitati, abbonamenti, offerte freemium. Per posizionamento del prodotto. Forme di pagamento.



PROMOZIONE

Pubblicità, sponsorizzazioni, direct marketing, pubbliche relazioni, merchandising (correlazione alla leva della distribuzione), marketing di contenuto, vendite porta a porta, eventi, ecc.

Publicità

Publicità

Comunicazione di massa usata dalle imprese per creare consenso, con **l'obiettivo di conseguire i propri obiettivi di marketing** ... La pubblicità informa, persuade, seduce il pubblico...

Pubblicità

Dal 1479 (Inghilterra, primo volantino) a oggi

...

tanti cambiamenti

Da «*Funziona?*»

«*Come funziona?*»

a **FUNZIONA!!!!**



Pubblicità

**Dinamica
 Flessibile
 Specchio della società**



IDENTIFICAZIONE

Come agisce

33 mila messaggi quotidiani

contenuti promozionali INFLUENCER 2023

Instagram 161.800

Youtube 13.300

Tik Tok 2.400

TOTALE 177.500

(fonte La Repubblica)

Quanto influenza

Circa il 50% acquista su indicazione di influencer



Gli influencer più conosciuti in Italia

3/7

Prima del caso Pandoro le persone hanno spontaneamente segnalato il nome oppure hanno dichiarato di conoscere l'influencer, se il suo nome è stato suggerito dall'intervistatore

Chiara Ferragni



Salvatore Aranzulla



Benedetta Rossi



The Jackal



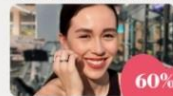
Clio Makeup



Giulia De Lellis



Aurora Ramazzotti



Giulia Salemi



Frank Matano



Valentina Ferragni



EVOLUZIONE CONTINUA



Noi stessi siamo dei cartelloni pubblicitari



Domande?

Dubbi?

Perplessità?

Considerazioni?

Grazie per l'attenzione