

MAPPA DELLA PSICOLOGIA DEL CONSUMATORE

TRIGGER

Ogni acquisto inizia con un trigger. **È** quel momento in cui il consumatore si rende conto di avere una mancanza e il mercato può riempirla.

Può essere biologica (es. avere fame); situazionale (es. sono incinta) o ancora emozionale (es. sono triste).

Comprendere ed anticipare il trigger del proprio consumatore permette di arrivare a lui con il messaggio giusto al momento giusto ed evitare di perdersi tra il caos del mercato odierno.

IRRAZIONALI

STATUS QUO BIAS: preferiamo non rischiare quando non conosciamo
> Fai leva sulla FOMO

ANCORAGGIO: ricordiamo meglio le prime informazioni
> Usa tecniche di ancoraggio

TEORIA DEL RIMPIANTO: cerchiamo di ridurre al massimo il rimpianto post acquisto
> Abbatti le barriere iniziali (sconti)

STATUS QUO: tendiamo ad acquistare cose che ci fanno sentire meglio
> fai sentire migliori le persone

AUTOMATICI

PORTA IN FACCIA: acquistiamo se la prima proposta era troppo impegnativa
> proponi prima qualcosa di troppo oneroso/impegnativo

PIEDE NELLA PORTA: accettiamo proposte più grandi se prima ne abbiamo accettate di più piccole
> inizia con una semplice domanda

AUTORITÀ: siamo più propensi a fidarci di figure autorevoli
> usiamo tecnicismi relativi al nostro settore o avvaliamoci di professionisti

CONSIDERAZIONE

RIPROVA SOCIALE: siamo più propensi ad acquistare cose che anche gli altri hanno
> Migliora i numeri (visite, recensioni...)

VON RESTORFF: notiamo elementi che differiscono rispetto agli altri
> pensa out of the box

SCARSITÀ: scarsa disponibilità aumenta il desiderio
> riduci la disponibilità

PARADOSSO DELLA SCELTA: se ci sono troppe opzioni facciamo fatica a scegliere
> riduci la disponibilità di prodotti

ACQUISTO

DELIGHT: se ci sentiamo desiderati siamo più propensi ad acquistare
> Regala dei tester

EFFETTO IKEA: diamo più valore alle cose che realizziamo da soli
> co-crea con i tuoi clienti

RECIPROCITÀ: ci sentiamo in dovere di ricambiare il favore
> coccola i tuoi clienti e agisci in modo generoso

PEAK-END RULE: ricordiamo meglio quei momenti associati a picchi emozionali
> racconta la tua storia!