

***Asterisco**
di Francesca Cannella



IL WEB MARKETING PARLA ALLA MENTE

Differenziarsi dai concorrenti con un'offerta specializzata? È una delle regole auree del marketing classico che, secondo Francesco Galvani nel saggio "Digital deep marketing. Conquista la mente, conquista il cliente" (Anteprima Edizioni), occorre integrare con la considerazione che le persone, più che ricercare nuovi prodotti, desiderano trovare soluzioni a problemi e sentirsi gratificate per averli superati. Un meccanismo mentale, questo, che affonda nell'inconscio e che l'autore, consulente e formatore nell'ambito del digital marketing e del branding, descrive come parte di un metodo che coniuga i principi della macroeconomia a studi sociologici e di psicologia cognitiva. "Deep marketing significa costruire un marchio e aumentare di molto il nostro fatturato, comprendendo e sfruttando ciò che gorgoglia nella profondità più viva del cervello umano e dei suoi impulsi nei confronti del mondo". Il metodo parte dall'analisi del linguaggio dei pensieri inconsci – tra i quali un ruolo importante lo giocano l'adeguamento al contesto e il tendere alla ripetizione di schemi e modelli per preservare energie cerebrali – per capire perché un cliente preferisce un prodotto a un altro e come percepisce i diversi marchi. Galvani costruisce una mappa operativa per i marketer che desiderano sfruttare al meglio le opportunità di business offerte dal web. Lo fa con uno stile semplice, diretto e ironico, ispirandosi ai divulgatori americani e riportando case history.

Promotion ■ LUGLIO AGOSTO 2019