

PSICOLOGIA DELL'ADVERTISING



20+ tecniche psicologiche
per campagne di successo

Matteo Mangili

PSICOLOGIA DELL'ADVERTISING

20+ tecniche psicologiche
per campagne di successo



MATTEO MANGILI

WWW.MATTEOMANGILI.IT

COSA IMPARERAI GRAZIE A QUESTA GUIDA

Dopo centinaia di Campagne Profittevoli, ho deciso di creare questo Ebook per analizzare le migliori tecniche psicologiche che vengono utilizzate nella pubblicità Online (e non solo).

Per ognuna delle 20+ tattiche, scoprirai perché è efficace e, soprattutto, come sfruttarla nei tuoi annunci.

Queste tecniche si basano sulla ricerca accademica del comportamento umano.

Che tu sia un imprenditore o un Freelance, imparerai a padroneggiare delle tattiche efficaci per le tue inserzioni o per quelle dei tuoi clienti.

Sei pronto? Partiamo.

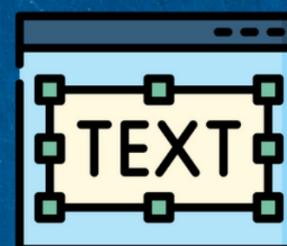
IL CONTENUTO

Devi sapere che il contenuto di ogni inserzione è composto da 3 elementi principali:

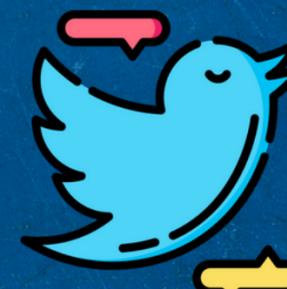
IMMAGINI



TESTO



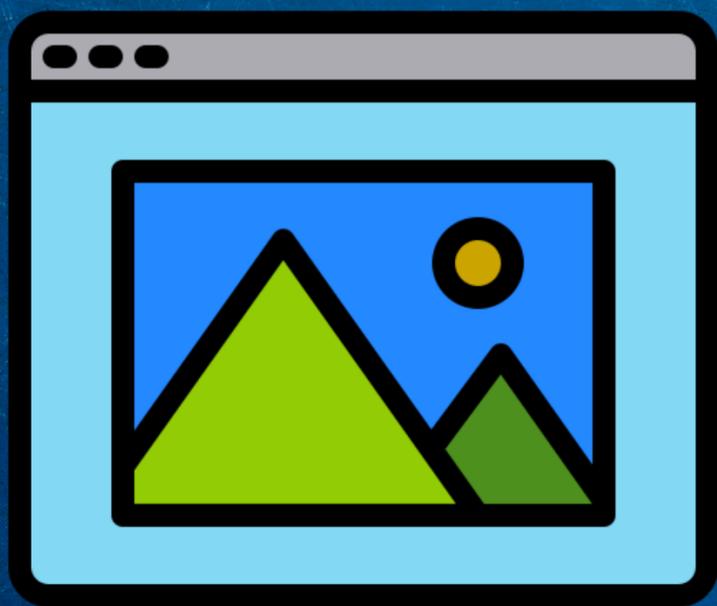
LOGO



IMMAGINI

Che tipo di immagine dovresti utilizzare?

La risposta a questa domanda è molto variabile, ma in questa sezione scoprirai delle tecniche psicologiche, che potrai utilizzare per qualsiasi prodotto/servizio.



1) IMMAGINI A SINISTRA, TESTI A DESTRA

Gli stimoli visivi vengono elaborati dal nostro cervello in modo molto particolare.

Uno stimolo proveniente dall'occhio sinistro viene infatti elaborato dall'emisfero destro.

Viceversa, uno stimolo visivo proveniente da destra, viene elaborato dall'emisfero sinistro. (Bourne, 2006)

La struttura cerebrale dell'emisfero destro è più adatta ad elaborare informazioni grafiche, mentre l'emisfero sinistro è più logico e verbale (Grobelny & Michalski, 2015)

1) IMMAGINI A SINISTRA, TESTI A DESTRA

Per questo motivo, **posizionando immagini e grafici sul lato sinistro** dei tuoi annunci, le persone li elaboreranno più facilmente.

Il testo, posizionato invece a destra, risulterà meno complesso e più assimilabile, producendo così una risposta positiva al tuo annuncio.

Ti mostro un esempio:



2) ELEMENTI PRONTI ALL'USO

Il nostro cervello lavora per associazione.

Quando crei un annuncio, **devi incoraggiare l'associazione mentale** tra il tuo prodotto e il consumatore in modo da attivare i cosiddetti neuroni specchio.

Per farlo basta posizionare gli oggetti nella direzione e nella posizione corretta.

Ma qual è la posizione corretta?

Qualche esempio ti aiuterà a capire meglio.

2) ELEMENTI PRONTI ALL'USO

Circa il 90% della popolazione mondiale utilizza la destra come mano dominante. Elder e Krishna nel 2012 hanno dimostrato come, un semplice cambio d'orientamento della maniglia, **abbia aumentato le vendite** delle tazze da tè.

MANIGLIA



SBAGLIATO



CORRETTO

CUCCHIAIO



SBAGLIATO



CORRETTO

2) ELEMENTI PRONTI ALL'USO

Posiziona gli oggetti rivolti nella direzione di utilizzo, come le scarpe qui sotto.
Cerca di ritrarre gli oggetti **come se fossero già a disposizione del consumatore**.
Rappresentare un libro nelle tue mani, invece che su un tavolo, può fare la differenza.

SCARPE



SBAGLIATO

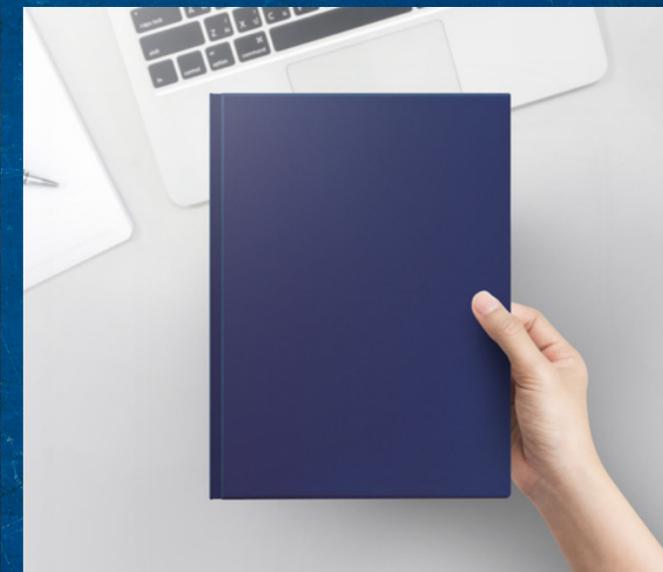


CORRETTO

LIBRO



SBAGLIATO



CORRETTO

3) ORIENTA LO SGUARDO VERSO LE CTA

Come esseri umani, abbiamo una tendenza innata a seguire gli sguardi delle persone.

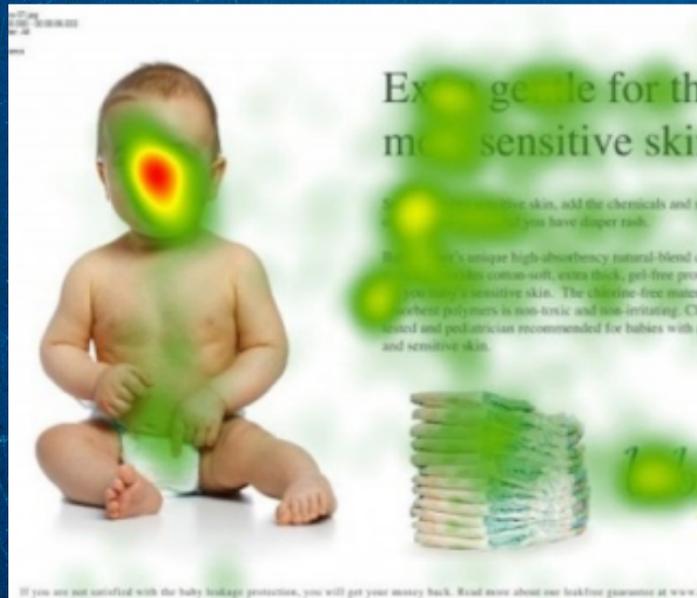
È possibile utilizzare questa tecnica anche per le tue sponsorizzate.

Se il tuo annuncio contiene persone, prova ad **orientare il loro volto verso la tua Call To Action.**

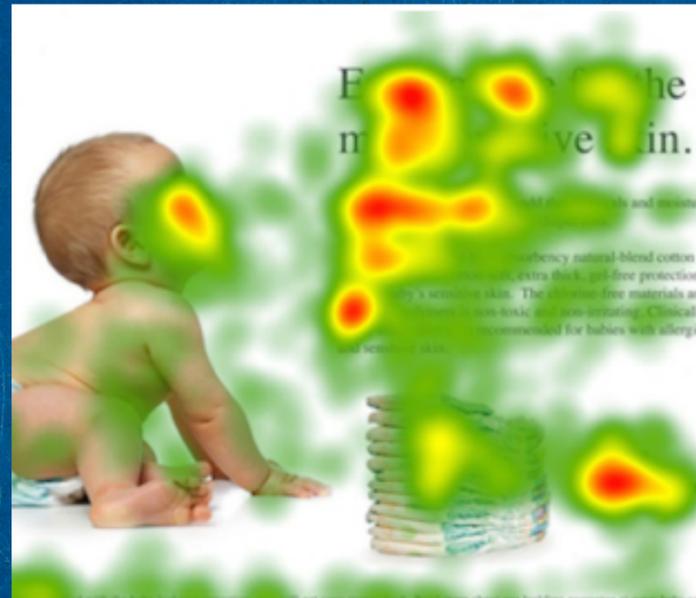
Ti mostro qualche esempio.

3) ORIENTA LO SGUARDO VERSO LE CTA

BAMBINO



SBAGLIATO



CORRETTO

IL MIO SGUARDO

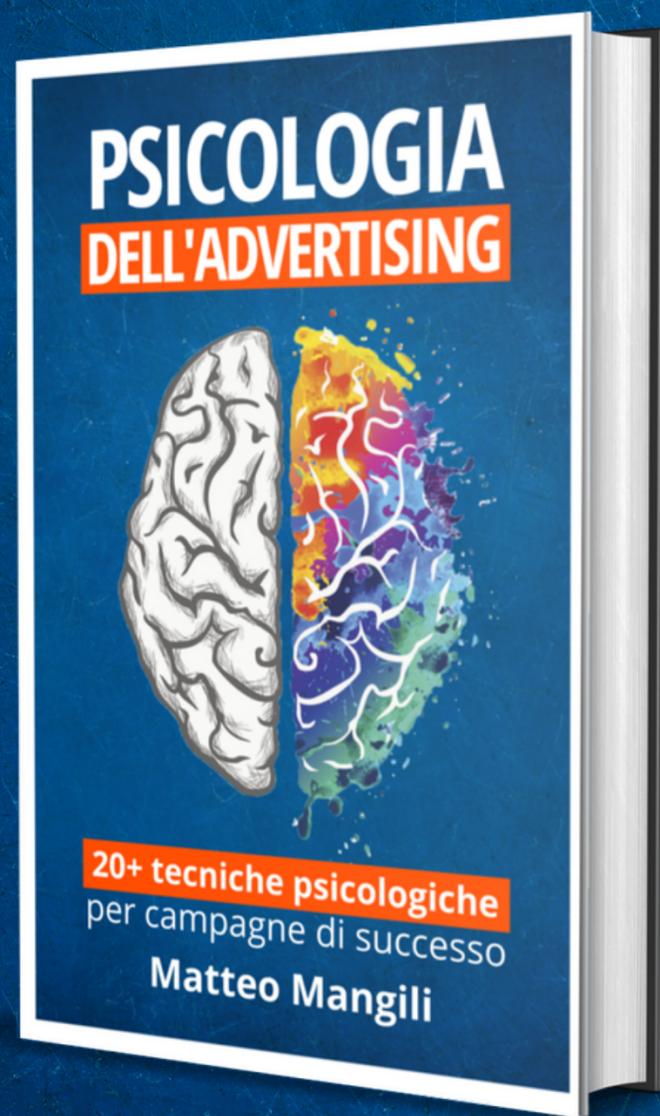


SBAGLIATO



CORRETTO

VORRESTI SCOPRIRE TUTTE LE ALTRE TECNICHE?



Acquista ora l'Ebook Completo!

BUONA LETTURA!

ACQUISTA ORA



MATTEO MANGILI

WWW.MATTEOMANGILI.IT