

DM-Consigli

14 consigli per una pubblicità efficace
nonostante l'eccesso di informazioni



Più si è informati e migliore sarà la qualità delle nostre decisioni, ma fino a un certo punto in cui si cambia pagina e la qualità peggiora. È ciò che succede quando si è sommersi da troppe informazioni e non si ha tempo né voglia di analizzarle. Guidate il vostro target all'obiettivo servendovi di messaggi chiari, in giuste dosi e ben strutturati.

Consiglio n. 1: scegliete accuratamente il momento giusto.

Pianificate il contatto pubblicitario in modo tale che avvenga in concomitanza di un'esigenza reale oppure quando potete contare sull'attenzione del target. Evitate orari in cui i destinatari potrebbero essere stanchi o molto impegnati in qualche altra attività.

Consiglio n. 2: iniziate con qualcosa di già noto.

Date ai destinatari la possibilità di creare dei collegamenti con le loro conoscenze pregresse e le esperienze precedenti. Solo a questo punto presentate altri punti di vista, nuove informazioni o un altro servizio.

Consiglio n. 3: adeguate il livello dell'informazione alle conoscenze del target.

L'informazione fornita deve convincere i destinatari, motivarli e possibilmente addirittura affascinarli. Il target si annoia se le informazioni sono troppo superficiali, ma se date troppo per scontato, non capirà il vostro messaggio.

Consiglio n. 4: usate la lingua del target.

Siamo tutti diversi e anche il modo in cui recepiamo le informazioni è molto differente. Alcuni vogliono conoscere i fatti nudi e crudi, altri provare emozioni. Analizzate i vostri target e cercate di scoprire lo stile linguistico più indicato.

Consiglio n. 5: dosate le informazioni.

Non indicate troppi dettagli nel vostro messaggio, piuttosto concentratevi sui principali vantaggi dell'offerta che proponete. Una volta destato l'interesse, potete sempre approfondire in un secondo tempo.

Consiglio n. 6: adottate un linguaggio chiaro per il lettore.

Il vostro messaggio verrà recepito solo se usate un linguaggio chiaro e comprensibile. Ricordate che è sempre necessario l'impegno di qualcuno, sia del lettore o dell'autore.

Consiglio n. 7: personalizzate il vostro messaggio.

Cercate di adattare il vostro messaggio il più possibile alle esigenze e alle richieste del target. Scrivete ai singoli destinatari in modo personalizzato sottolineando gli aspetti che potrebbero essere particolarmente interessanti per loro.

Consiglio n. 8: non assillate il target.

Non fornite argomentazioni in base al vostro punto di vista, ma a quello dei destinatari. Siate cauti con il discorso diretto perché avendo carattere pubblicitario, se usato in misura eccessiva, potete correre il rischio che il lettore si senta assillato.

Consiglio n. 9: coinvolgete il target.

La comunicazione è un sistema a due vie. Nel momento in cui qualcuno si impegna, coinvolge o agisce in qualche modo, il messaggio attecchisce e sprigiona tutta la sua efficacia.

Consiglio n. 10: raccontate storie.

Lasciate parlare i clienti e fornite informazioni essenziali ricorrendo a confronti, metafore ed esempi in un contesto classificabile per il target. In tal modo il messaggio resta impresso maggiormente.

Consiglio n. 11: motivate e documentate.

Eventuali affermazioni non provate che non possono essere verificate dal destinatario finiscono nel vuoto. Pertanto non dite semplicemente *che*, ma *perché* il vostro prodotto è il migliore. Possibilmente fornite anche delle prove.

Consiglio n. 12: ripetete il vostro messaggio centrale.

La pubblicità non è un romanzo a puntate. Riprendete i vostri argomenti principali in più punti; per i mailing ad esempio sulla lettera, sull'opuscolo e sulla cartolina-risposta.

Consiglio n. 13: visualizzate.

Utilizzate immagini significative, grafici ed elenchi per comunicare il vostro messaggio in modo rapido ed espressivo.

Consiglio n. 14: adottate una struttura chiara e fissa.

In tal modo i destinatari sapranno sempre dove trovare le informazioni e non perderanno tempo prezioso a cercarle. Ma ricordate anche di mantenere una certa flessibilità per impedire che la monotonia faccia distogliere l'attenzione.

Fonti: www.bernetblog.ch, www.findarticles.com

Per ulteriori informazioni visitate il sito www.posta.ch/directpoint.

La Posta Svizzera
PostMail
Marketing diretto
Viktoriastrasse 21
3030 Berna

Telefono 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.posta.ch/directpoint