PARLIAMO DI MARKETING

MARKETING DELLA POLARIZZAZIONE

1. NELL'ECONOMIA DELL'ATTENZIONE LA RABBIA NON È UN ERRORE: È UNA STRATEGIA.

**Molti brand e personaggi non temono più lo scandalo:
lo mettono in conto in partenza.
La polemica non è un incidente di percorso, è parte del piano media.**

2. NON CERCANO DI PIACERE A TUTTI: SCELGONO CONSAPEVOLMENTE CHI SONO DISPOSTI A PERDERE.

**Il bersaglio non è il pubblico generale, ma una nicchia pronta ad amarli nonostante (o grazie a) le polemiche.
Chi si offende era già fuori dal perimetro dei clienti potenziali.**

3. IL LORO VERO MEDIA NON È LA CAMPAGNA: È LA REAZIONE CHE LA CAMPAGNA SCATENA.

**Il messaggio vive davvero solo quando viene commentato, condiviso, criticato, vandalizzato. Post, stitch, duetti, articoli indignati:
è lì che avviene il vero investimento di visibilità.**

4. QUANDO LA FIDUCIA DIVENTA SACRIFICABILE, LA VISIBILITÀ SMETTE DI ESSERE UN MEZZO E DIVENTA UNA DIPENDENZA..

Se l'unica metrica che conta è "se ne parla", il brand smette di chiedersi come viene percepito. L'importante è restare al centro della scena, anche a costo di erodere credibilità nel lungo periodo.

5. LA VERA UNICITÀ OGGI NON È DISTINGUERSI, MA REGGERE L'URTO DI CIÒ CHE LA TUA DIFFERENZA PROVOCA.

**Essere diversi è facile, sopportare le conseguenze della propria diversità lo è molto meno.
Il vero posizionamento si vede da come reagisci quando arrivano le critiche, non quando arrivano gli applausi.**

PARLIAMO DI MARKETING

WWW.PARLIAMODIMARKETING.IT

SEGUICI SU SPOTIFY