

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