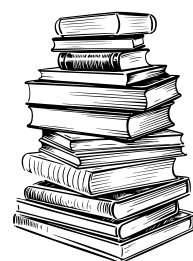


PARLIAMO DI MARKETING

DOUBLE JEOPARDY

Perchè i brand noti vincono ed essere bravi non basta

CHE COSA E'?



Double Jeopardy è una legge empirica di marketing studiata da Andrew Ehrenberg negli anni '60.

Secondo questa legge:

- ◆ I brand meno noti soffrono il doppio: hanno meno clienti e quei pochi comprano meno spesso
- ◆ I brand più noti dominano: hanno più clienti e questi acquistano più frequentemente



BRAND NOTI VS MENO NOTI

Parametro	Brand Noto ●	Brand Meno Noto ○
Numero Clienti	Alto ▲	Basso ▼
Frequenza Acquisto	Alta ▲	Bassa ▼
Livello di Fedeltà	Maggiore ▲	Minore ▼

Conclusione: I brand più noti non solo vendono di più, ma hanno anche clienti più fedeli!



PERCHE' ACCADE?

Più vedi un brand, più lo percepisci come familiare e affidabile.

Il cervello umano preferisce ciò che già conosce → **Familiarità = Fiducia = Scelta.**

I brand più noti sono nella mente delle persone, quindi vengono scelti più spesso.

LA CHIAVE



Disponibilità Mentale: quanto è facile che un consumatore pensi a un brand quando ha bisogno di un prodotto?

Disponibilità Fisica: quanto è facile trovare e acquistare quel brand nei punti vendita, sugli scaffali o online?

Se un brand non è mentalmente e fisicamente disponibile, non verrà scelto.



STRATEGIE PER CONTRASTARLO

✓ INVESTIRE IN NOTORIETÀ

PUBBLICITÀ, PR, SOCIAL MEDIA, SPONSORIZZAZIONI.

✓ MIGLIORARE LA DISPONIBILITÀ

ESSERE PRESENTI OVUNQUE: NEGOZI, MARKETPLACE, E-COMMERCE.

✓ CREARE UN BRAND MEMORABILE

DESIGN DISTINTIVO STORYTELLING FORTE, ASSET VISIVI UNICI.

I BRAND PICCOLI POSSONO CRESCERE SOLO AUMENTANDO LA LORO PRESENZA NELLA MENTE E SUGLI SCAFFALI!

TAKEAWAY

NON BASTA ESSERE BRAVI

OCCORRE ESSERE RICORDATI

PARLIAMO DI MARKETING

WWW.PARLIAMODIMARKETING.IT

SEGUICI SU SPOTIFY