



Tattiche di persuasione nel digital marketing

ALESSANDRO MARTIN

GIUGNO 2019

Il nostro percorso



Come prendiamo
le nostre
decisioni

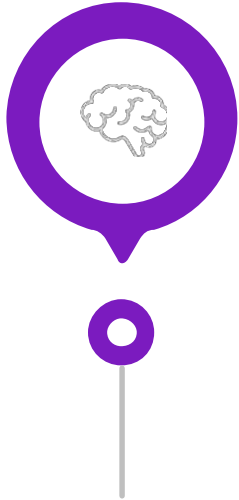


Bias cognitivi
e
persuasione



La persuasione
in una strategia
CRO

Il nostro percorso



Come prendiamo
le nostre
decisioni

Mettiamo alla prova la vostra attenzione.

Contate quante volte le persone vestite di **BIANCO** si passano la palla.

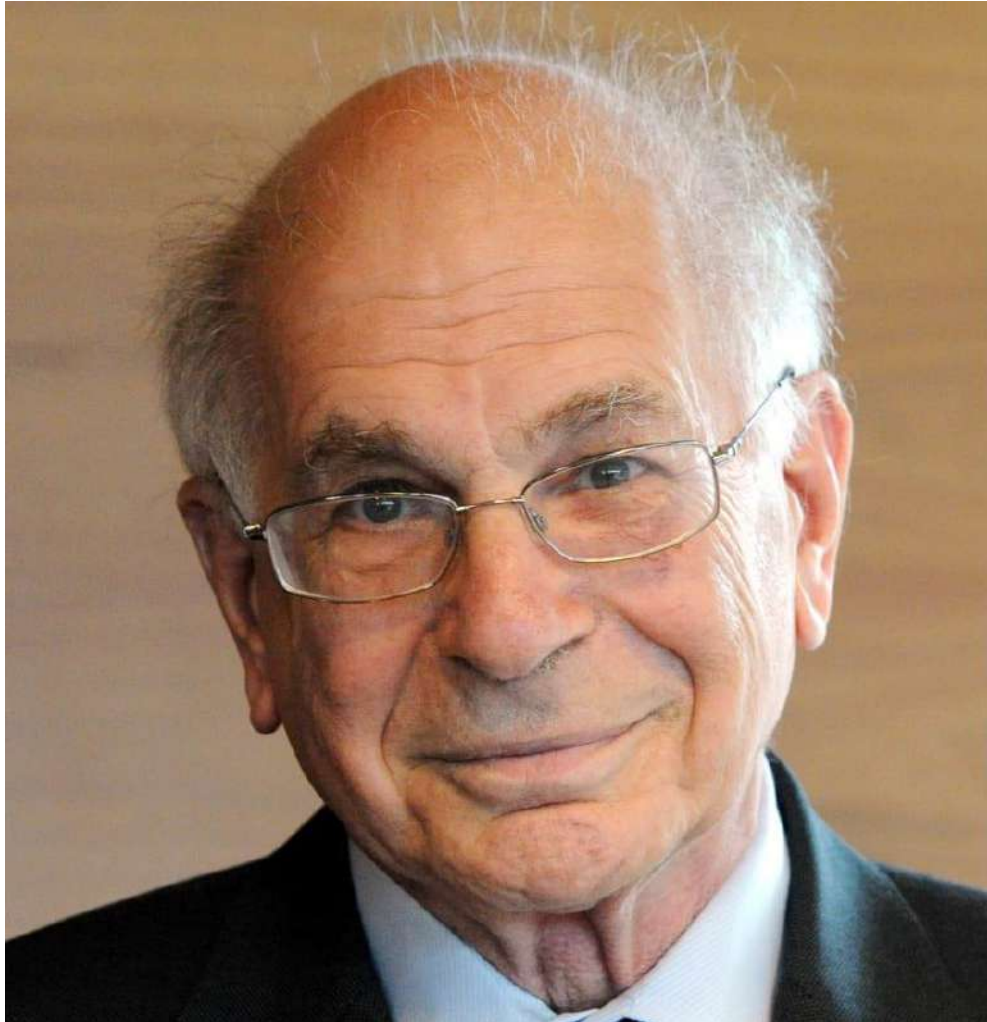
**Count how many times
the players wearing
white pass the ball**

Cecità da disattenzione

- Il nostro sistema cognitivo ha risorse **limitate**.
- Quando affrontiamo un compito che assorbe tutte queste risorse **ignoriamo il resto**.



**Come funziona il nostro
processo decisionale?**

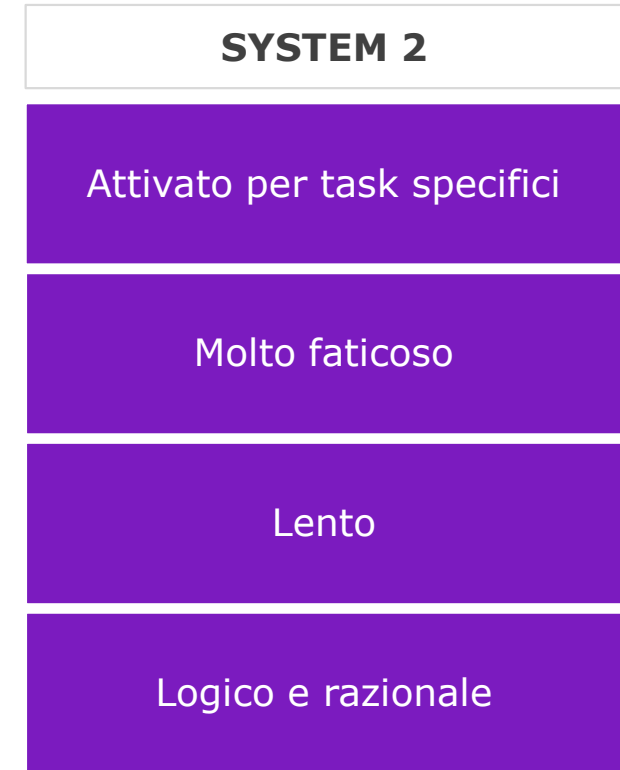
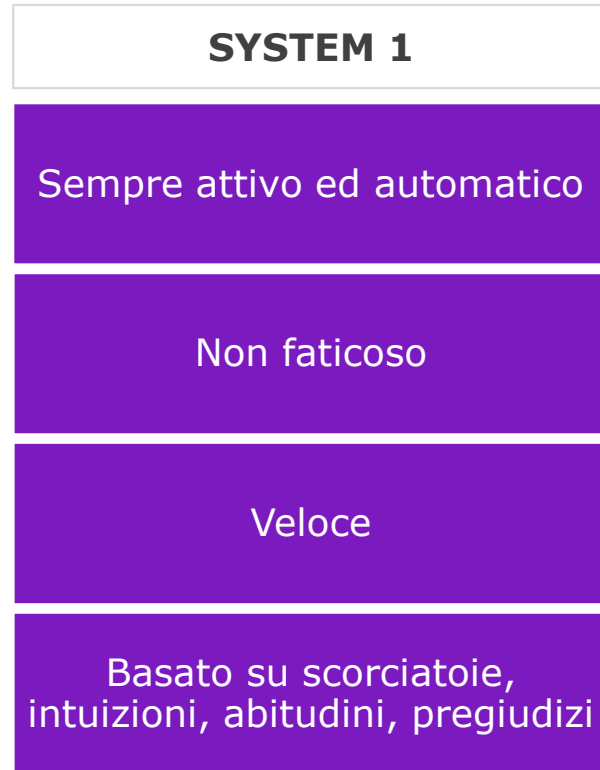


THINKING,
FAST AND SLOW



DANIEL
KAHNEMAN

System 1 vs System 2



**Guarda questa immagine per
una frazione di secondo**



Cosa hai visto?

**Un esercizio di matematica
facile, facile.**

Calcola il costo della pallina

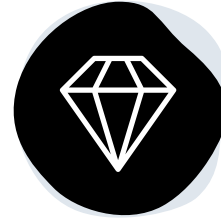
- Una mazza ed una pallina costano € 1,10. **La mazza costa un €1 in più della pallina.**
- Quanto costa la **pallina**?



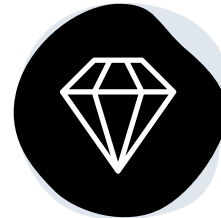
Due sistemi in conflitto

VIOLA GIALLO ROSSO
NERO ROSSO VERDE
ROSSO GIALLO ARANCIO
BLU VIOLA NERO
ROSSO VERDE ARANCIO

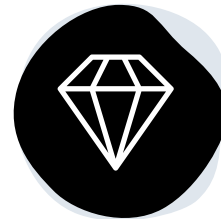
Riassumendo



Il cervello ha risorse limitate

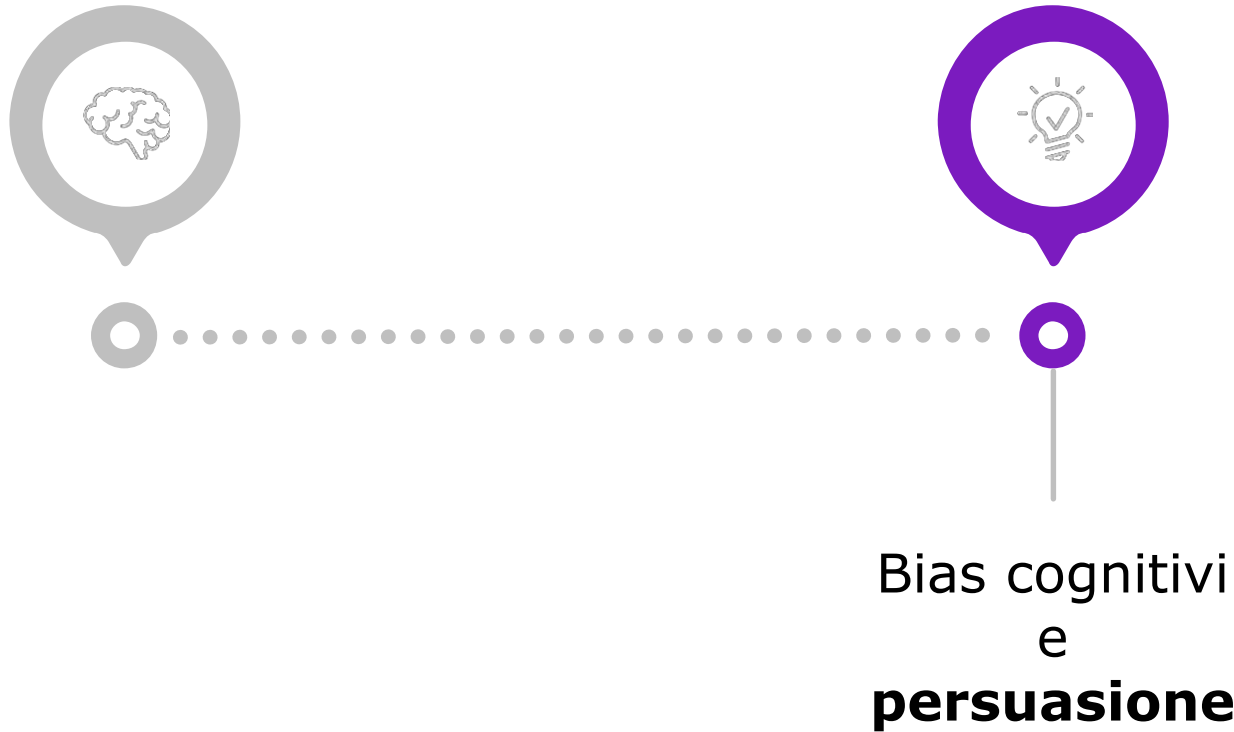


Le decisioni sono gestite da due sistemi



La maggioranza delle decisioni sono prese dal sistema 1

Il nostro percorso



Anchoring effect

Anchoring

Facciamo (troppo) affidamento ad una informazione iniziale quando prendiamo delle decisioni.



1 x 2 x 3 x 4 x 5 x 6 x 7 x 8

VS

8 x 7 x 6 x 5 x 4 x 3 x 2 x 1

~ 512

VS

~ 2.250

Come usarlo? Tabelle di pricing

The screenshot shows a pricing page with a dark blue header. The navigation menu includes: PRODUCT, SOLUTIONS, PRICING, CUSTOMERS, LEARN, LOG IN, PREVIEW THE BUILDER, and EN. The main content area features three pricing cards:

- Enterprise:** Starting from \$399+/mo with annual billing (20% off). Includes 375+ landing pages, 40+ popups, and sticky bars. CTA: Let's Talk.
- Premium (Best Value):** Starting from \$159/mo with annual billing (20% off). Includes 150 landing pages, 16 popups, and sticky bars. CTA: Start My Free 14-Day Trial.
- Essential:** Starting from \$79/mo with annual billing (20% off). Includes 75 landing pages, 8 popups, and sticky bars. CTA: Start My Free 14-Day Trial.

Below the cards are logos for PayPal, VISA, American Express, and Mastercard. A disclaimer states: "All pricing in USD, and you won't be billed until after your 14-day trial expires. You can change plans or cancel your account at any time. Checking out the Enterprise plans? Ask us about Launch Sessions and custom template re-creation." A chat bubble is visible in the bottom right corner.

Bandwagon effect



Bandwagon

Tendiamo a dare fiducia al comportamento della maggioranza e ad allineare di conseguenza i nostri comportamenti.



Come usarlo? Review e recensioni

pete denim elasticizzato

DISPONIBILE IN 3 VARIANTI COLORE

DISPONIBILE IN 2 VARIANTI COLORE



€ 119,00
WR.UP® superskinny
vita alta fantasia dama

€ 129,00
WR.UP® superskinny
vita alta fantasia tartan

DISPONIBILE IN 1 VARIANTE COLORE

DISPONIBILE IN 2 VARIANTI COLORE

Chat


COLORI IN OFFERTA!

pete denim elasticizzato

★★★★★ (3)

DISPONIBILE IN 3 VARIANTI COLORE

DISPONIBILE IN 2 VARIANTI COLORE



€ 119,00
WR.UP® superskinny
vita alta fantasia dama

€ 129,00
WR.UP® superskinny
vita alta fantasia tartan
★★★★★ (1)

DISPONIBILE IN 1 VARIANTE COLORE

DISPONIBILE IN 2 VARIANTI COLORE

Chat

COLORI IN OFFERTA!

Come usarlo? Review e recensioni



Loss aversion

Loss aversion

Diamo più valore alle perdite rispetto ai guadagni.



- Lanciamo una moneta: se esce testa perdi €10. Quanto dovresti vincere se esce croce perché valga la pena giocare?
- Nella maggioranza dei casi le persone valutano che valga la pena giocare quando la vincita potenziale **è il doppio della perdita.**



Come usarlo? Offerte a tempo limitato



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

AVRAI SUBITO UNO SCONTO DI

10€

APPROFITTAZIONE!

Voglio lo sconto!

This is a promotional banner for a newsletter sign-up. It features a photograph of two women in athletic wear running on a beach. The text is in Italian, offering a 10€ discount for signing up to the newsletter. A pink button at the bottom says 'Voglio lo sconto!' (I want the discount!). There is a small 'x' icon in the top right corner of the banner area.



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

AVRAI SUBITO UNO SCONTO DI

10€

APPROFITTAZIONE!

11 59 49

Ore Minuti Minuti

Voglio lo sconto!

This is a promotional banner similar to the one on the left, but it includes a countdown timer. The text is in Italian, offering a 10€ discount for signing up to the newsletter. The timer shows 11 hours, 59 minutes, and 49 seconds remaining. A pink button at the bottom says 'Voglio lo sconto!' (I want the discount!). There is a small 'x' icon in the top right corner of the banner area.

Come usarlo? Offerte a tempo limitato



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

AVRAI SUBITO UNO SCONTO DI

10€

APPROFITTAZIONE!

Voglio lo sconto!

This advertisement features a photograph of two women jogging on a beach. The text is in Italian, offering a 10€ discount for signing up to a newsletter. A pink button at the bottom says 'Voglio lo sconto!' (I want the discount!).



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

AVRAI SUBITO UNO SCONTO DI

10€

PROFITTAZIONE!

+35%

1 59 49

Ore Minuti Minuti

Voglio lo sconto!

This advertisement is similar to the first one but includes a purple circle with '+35%' and a timer showing 1 hour, 59 minutes, and 49 seconds. The text is in Italian, offering a 10€ discount for signing up to a newsletter. A pink button at the bottom says 'Voglio lo sconto!' (I want the discount!).

Halo effect

Halo effect

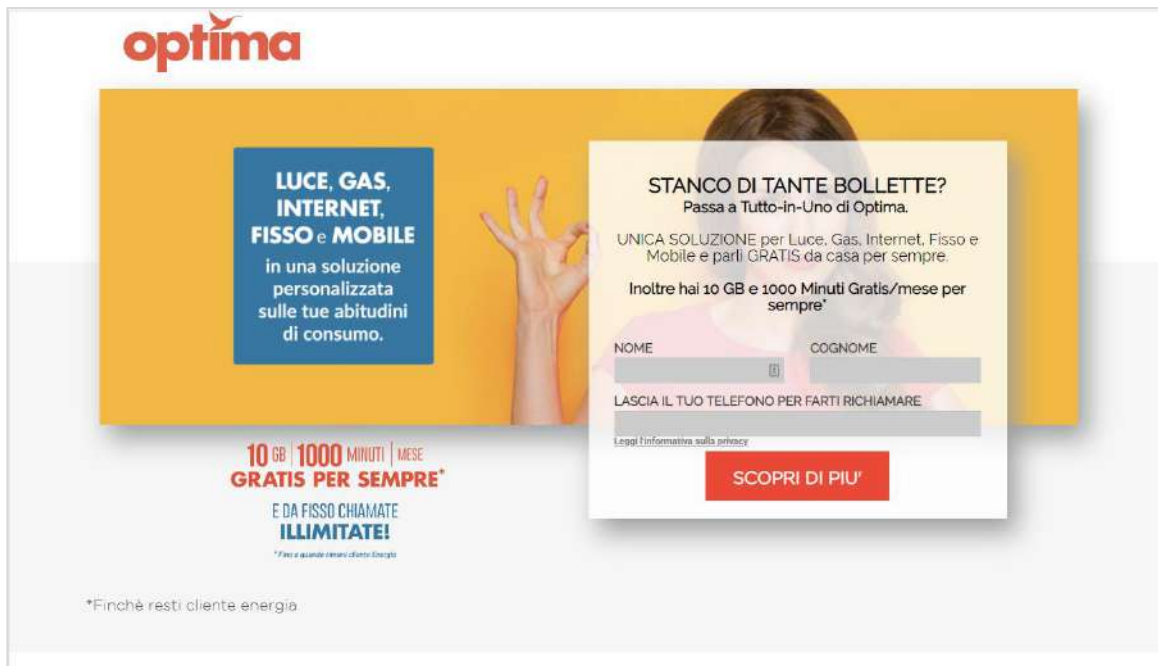
Una caratteristica di una persona/cosa influenza quello che pensiamo delle altre caratteristiche anche se non sono correlate (esagerata coerenza emotiva).



- Le persone più attraenti vengono in generale considerate **più sicure e degne di fiducia**
- Candidati elettorali più attraenti e familiari sono considerati **più competenti ed avranno generalmente più voti**
- Gli imputati attraenti ricevono **pene più miti**



Come usarlo? Testimonials



optima

LUCE, GAS, INTERNET, FISSO e MOBILE
in una soluzione personalizzata sulle tue abitudini di consumo.

STANCO DI TANTE BOLLETTE?
Passa a Tutto-in-Uno di Optima.

UNICA SOLUZIONE per Luce, Gas, Internet, Fisso e Mobile e parli GRATIS da casa per sempre.

Inoltre hai **10 GB e 1000 Minuti Gratis/mese per sempre***

NOME COGNOME

LASCIA IL TUO TELEFONO PER FARTI RICHIAMARE

[Leggi l'informativa sulla privacy](#)

SCOPRI DI PIU'

10 GB | 1000 MINUTI | MESE GRATIS PER SEMPRE*
E DA FISSO CHIAMATE ILLIMITATE!

*Fino a quando resti cliente Energia

Finché resti cliente energia



optima

Offerta speciale!

Passa a Optima un unico gestore per tutte le utenze:

- ✓ **Boletta unica** per gas, luce, internet, fisso e mobile
- ✓ **10GB | 1000 minuti** al mese
- ✓ **Chiamate gratis da fisso** verso tutti
- ✓ Offerta valida per **privati e aziende**

Compila il modulo e ti chiameremo gratis con un'offerta speciale per te:

Nome

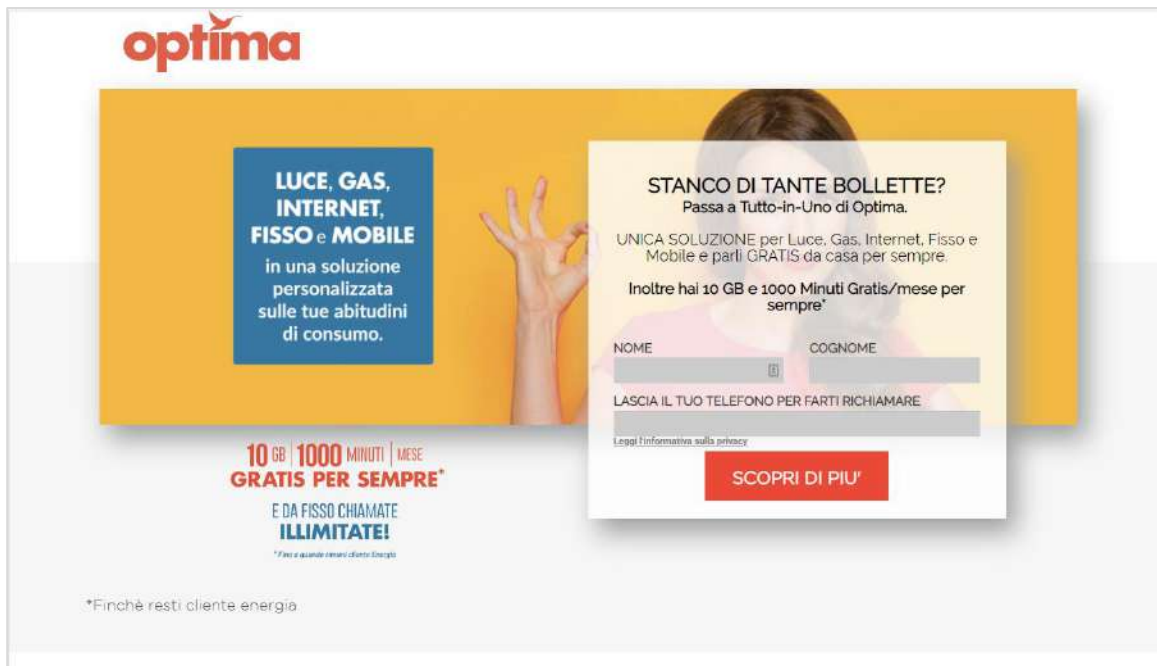
Cognome

Numero di telefono

[Leggi l'informativa sulla privacy](#)

Scopri l'offerta

Come usarlo? Testimonials



optima

LUCE, GAS, INTERNET, FISSO e MOBILE
in una soluzione personalizzata sulle tue abitudini di consumo.

STANCO DI TANTE BOLLETTE?
Passa a Tutto-in-Uno di Optima.

UNICA SOLUZIONE per Luce, Gas, Internet, Fisso e Mobile e parli GRATIS da casa per sempre.

Inoltre hai **10 GB e 1000 Minuti Gratis/mese per sempre***

NOME COGNOME

LASCIA IL TUO TELEFONO PER FARTI RICHIAMARE

Leggi l'informatica sulla privacy

SCOPRI DI PIU'

10 GB | 1000 MINUTI | MESE GRATIS PER SEMPRE*
E DA FISSO CHIAMATE ILLIMITATE!

*Fino a quando rimani cliente Energia

*Finchè resti cliente energia



optima

Offerta speciale!

Passa a Optima un unico gestore per tutte le utenze:

- ✓ **Boletta unica** per gas, luce, internet, fisso e mobile
- ✓ **10GB | 1000 minuti** al mese
- ✓ **Chiamate gratis da fisso** verso tutti
- ✓ Offerta valida per **privati e aziende**

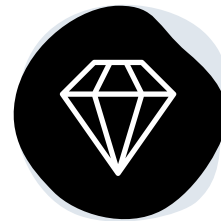
Compila il modulo e ti chiameremo gratis con un'offerta speciale per te:

Nome

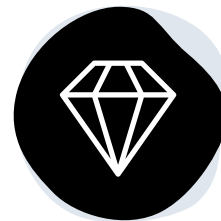
+ 24%

Scopri l'offerta

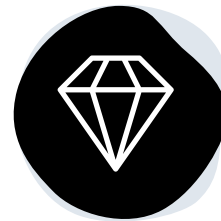
Riassumendo



Le euristiche ed i bias cognitivi ci aiutano a prendere decisioni

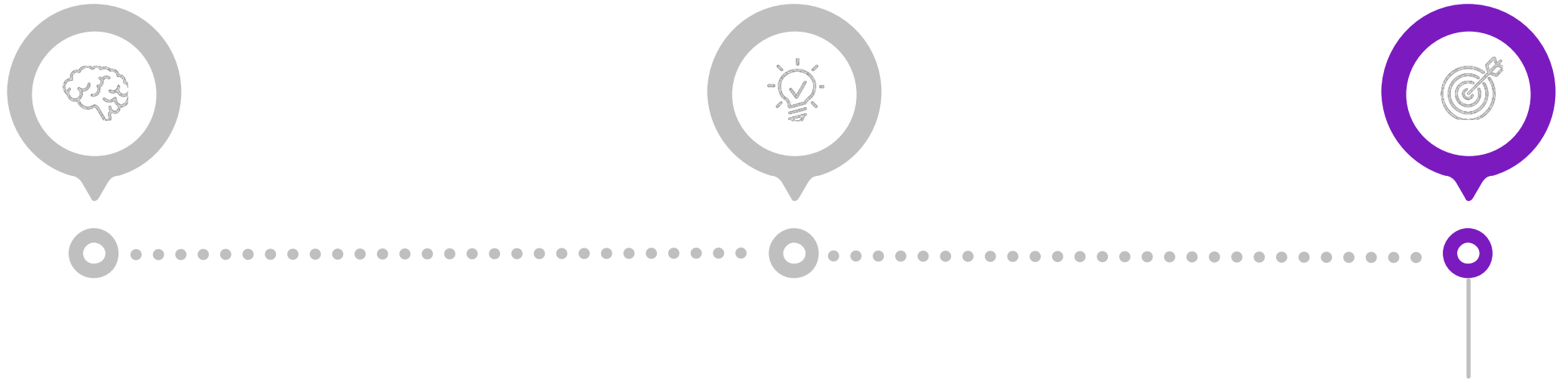


Anchoring, bandwagon effect, loss aversion e halo effect sono solo alcuni esempi



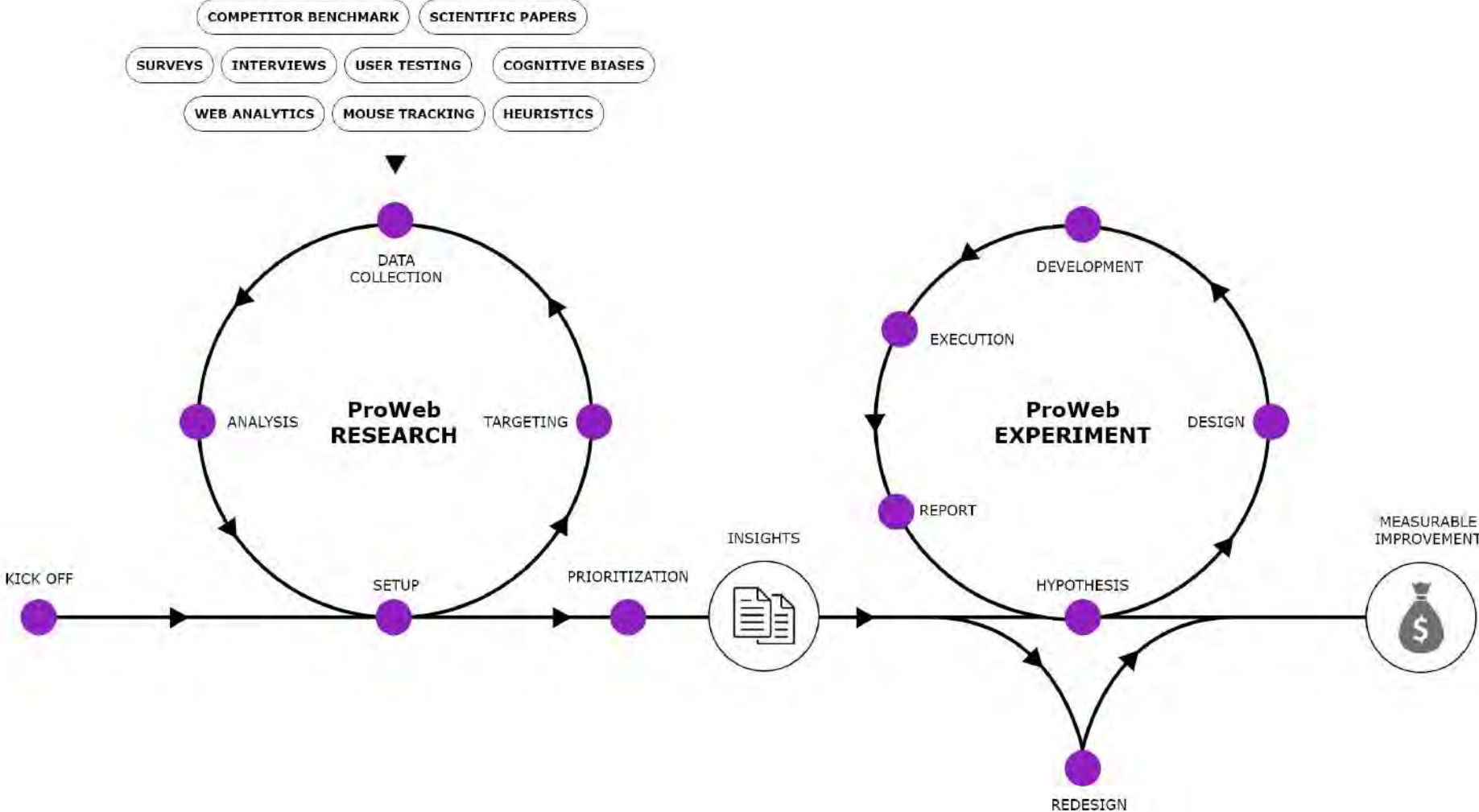
Conoscendo i bias possiamo costruire messaggi più persuasivi

Il nostro percorso



La persuasione
in una strategia
CRO

Solo un pezzo di un processo complesso



**The N. 1 thing that has made us
successful by far is obsessive
compulsive focus on the customer**

”

JEFF BEZOS

CEO @ Amazon

bit.ly/CRO-AUDIT

Thank you_

