

Marketing ed effetto anchor | 4 motivi per utilizzare i gadget promozionali per vendere

notizia pubblicata 14 Settembre 2021 alle ore 09:31 nella categoria informazioni



Il marketing – si sa – deve leggere nel pensiero delle persone, ossia nella mente dei possibili acquirenti del nostro prodotto e/o servizio. Una tecnica molto utilizzata è quella dell'**anchor** (in italiano “ancoraggio”) che permette di **fidelizzare il cliente**, facendolo appunto tornare dove “è stato bene”. L'**anchor** è una **tecnica della PNL** (Programmazione Neuro Linguistica) che spinge a creare una risposta naturale ed emotiva nelle persone rispetto ad un preciso stimolo. Facciamo un esempio pratico: quante volte guardando un paesaggio o ascoltando una canzone vi sono tornati alla mente episodi e stati d'animo precisi legati ad un certo evento? Ottimo, quel paesaggio, quell'odore, quell'oggetto, quella canzone non sono altro che ancore fissate in un preciso momento e che hanno riportato alla memoria una variegata gamma di ricordi e di emozioni.

• **Gadget promozionali: possibili ancore?**

I **gadget promozionali** sono un **fantastico strumento del marketing**, utilizzato da brand famosi per rimanere impressi nella mente del consumatore e quindi, **farlo tornare ad acquistare o ad usufruire del loro servizio**. Nonostante l'avvento del digitale, i gadget possiedono tuttora un grande fascino: **marchi**

famosi come Coca Cola, Nutella o McDonald's lo sanno e creano costantemente **articoli originali** e divertenti per i propri clienti. Più il gadget è di alta qualità e in linea coi valori dell'azienda, più sarà capace di attirare l'attenzione del consumatore. E' importante che il gadget promozionale sia **riconoscibile e durevole**, in modo che il cliente porti "a spasso" il marchio il più a lungo possibile. E' un po' come se consegnassimo al cliente il nostro biglietto da visita da portare in giro per il mondo!

• **4 motivi per inserire gadget aziendali nella propria strategia di marketing**

Prima di affrontare i motivi che portano una azienda ad inserire i gadget nel proprio piano di marketing, facciamo un po' di numeri. L'89% dei clienti mantiene un rapporto con l'azienda che ha donato il gadget fino a 2 anni dopo averlo ricevuto. Il 58% dei clienti afferma di utilizzare il gadget ricevuto da 1 a 4 anni. Queste percentuali ci confermano che **l'articolo promozionale sia fondamentale per farsi riconoscere sul mercato e generare l'"ancora"** di cui sopra. Andiamo a vedere nello specifico i quattro motivi che spingono una azienda ad investire nei gadget promozionali:

1. Ai clienti "piace" ricevere un omaggio

Chi non ama ricevere un regalo? I clienti ricevono sempre con piacere un gadget in omaggio, a differenza di un volantino che spesso finisce nel primo contenitore dei rifiuti. **Regalando un gadget, si conquista immediatamente la simpatia del potenziale cliente** ed è per questo che è un investimento interessante per poter colpire il proprio target. Le statistiche di settore affermano inoltre che il 94% degli utenti ricorda con esattezza dove ha ricevuto l'articolo promozionale.

2. Visibilità del brand

Se optiamo per un gadget utile, è presumibile che il cliente lo utilizzi nella quotidianità. Un capo d'abbigliamento, una borsa, una borraccia, sono alcuni esempi di **oggetti di uso comune che il cliente porterà con sé e che quindi mostrerà a molte altre persone**. Più il marchio viene visualizzato, più questo diventa familiare e riconoscibile, trasmettendo quindi affidabilità.

3. Fiducia nel brand

I clienti tendono a fidarsi maggiormente di una azienda che regala gadget, perchè tale azione viene percepita come un **sintomo di serietà**. Un cliente fidelizzato e soddisfatto della sua esperienza, sarà ancora più orgoglioso di mostrare il suo oggetto brandizzato. Una azienda, soprattutto se di piccole dimensioni, ha più possibilità di attirare nuovi clienti grazie ad un articolo promozionale "fieramente" esibito che alla pubblicità!

• **4. Minimo investimento, massima resa**

I gadget sono lo **strumento di marketing più economico in assoluto** e, allo stesso tempo, permettono di ottenere ottimi ritorni. Sul mercato si trovano numerosissime tipologie di gadget, da quelli più cari a quelli che costano pochi centesimi a pezzo. Non serve quindi investire cifre astronomiche per raggiungere risultati apprezzabili. Il costo contenuto permette inoltre di acquistare i gadget anche per i propri dipendenti e fornitori, aumentando così lo spirito di squadra. Infine, grazie al prezzo contenuto, possono essere realizzati in grandi quantità e distribuiti durante gli eventi e le fiere.

• ***Gadget promozionali: come utilizzarli nel turismo?***

Un gadget promozionale molto apprezzato è, come abbiamo detto in precedenza, un oggetto che sia **UTILE**. La parola è volutamente scritta in maiuscolo perché, **soprattutto in viaggio, è fondamentale essere attrezzati con tutto ciò che può ridurre gli imprevisti e permetterci di godere la vacanza**. I [gadget da viaggio personalizzati](#) sono un articolo molto gradito: cuscini, pesa-valige, lucchetti, etichette da viaggio, adattatori, porta documenti... la gamma è ampissima e abbraccia **tutti i momenti della vacanza, dall'imbarco al rientro al proprio domicilio**. Moltissime imprese turistiche adottano kit da viaggio personalizzati da donare ai propri clienti, che avranno modo di utilizzarli anche in occasioni non direttamente legati al viaggio.