



libri

La pubblicità sulla punta del naso

Di Stefania Cicoria

Edizioni Franco Angeli

euro 10,50

Persuadere all'acquisto di un'auto ricreando l'odore di pelle nuova, utilizzare l'ormone maschile Eolo n. 7 per suscitare sensazioni di aggressività e indurre i clienti a pagare i debiti con puntualità. Sono solo due esempi del potere dell'olfatto che, nel mondo del marketing, può trasformarsi in un'importante leva per vendere. Riprodurre una fragranza per indurre delle reazioni nei consumatori è il concetto base della filosofia americana 'Sell with Smell'. Una teoria che sta facendo capolino nelle più note agenzie pubblicitarie e si sta preparando a viaggiare su Internet. Tra poco, assicura l'autrice Stefania Cicoria, anche e-mail, film, videogiochi e advertising online avranno un odore. E i risultati sono assicurati. Il quinto senso infatti lavora su un canale meno affollato, quindi più ricettivo, e più vicino all'istinto. Inoltre rispetto agli altri sensi vanta un plus veramente importante: la capacità di fissarsi nella memoria.

Gli altri libri consigliati questo mese li trovate nel numero in edicola