

comunicazione & personaggi

DAI LIBRI, AI SITI, AGLI UOMINI CHE CONTANO

DA LEGERE



Empathic selling. Ascoltare le emozioni del cliente...

AUTORE: ALESSIO PASQUINI
EDITORE: FRANCOANGELI
128 PAGINE, 15 EURO.

Non basta avere dei buoni prodotti ed essere convincenti. Con il potenziale cliente bisogna stabilire un rapporto di "empatia". È un livello di relazione basato più sulle emozioni che sulla conoscenza di una persona o di un prodotto, che pure servono per stabilire un buon rapporto. Una frase del primo capitolo riassume, forse più di altre, il senso di tutto il libro: "Se io fossi un pesce, con molta probabilità, preferirei i vermi alle fragole con la panna". Una semplice riflessione su quanto sia importante mettersi nei panni dell'altro; guardare le cose dal suo punto di vista, prima ancora che dal proprio. Pur avendo un taglio pratico, sono molti i riferimenti alle discipline scientifiche, come la Neuroscienza, su cui si basa questa tecnica. L'autore è consulente marketing, ma in passato ha lavorato in agenzie pubblicitarie come copywriter e art director.

INSEGNE SUL WEB



OTTIMO



DISCRETO



SUFFICIENTE

LA MAGGIOR PARTE DELLE CATENE COSTRUISCE UNA VETRINA SUL WEB. ALCUNI SITI SONO BEN FATTI. ALTRI NO. FOTO, DESCRIZIONE DEI NEGOZI E DEL BUSINESS SONO ESSENZIALI. MA NON DEVONO MANCARE GLI ELEMENTI FONDAMENTALI DEL CONTRATTO.

Clement's hot and dog

www.hotanddog.com



NAVIGABILITÀ	AGGIORNAMENTO	UTILITÀ

Chi sceglierebbe mai il color senape per una pagina web che deve far venire voglia di mangiare? Chi vende hot dog, alimento ideale per la senape. E questo ha fatto Clement's hot and dog, catena di fast food specializzata proprio al panino con würstel, creando un sito che accoglie, già dalla home page, con sfondi e riquadri di questo colore tra il verde e il marrone. A risvegliare le papille gustative, poi, ci pensano le immagini di hot dog che in tutte le pagine non mancano. Fotografati, naturalmente, in versione di gala; dentro un piatto, attorniti da contorni colorati e con decorazioni molto suggestive. Viene inoltre promossa l'affiliazione e sono illustrate le possibili formule.



Gestpoint

www.gestpoint.it

NAVIGABILITÀ	AGGIORNAMENTO	UTILITÀ

Contrasta un po' la grafica elettrica e tecnologica del sito con lo stile dei testi che illustrano l'attività di Gestpoint, ovvero la gestione di servizi come contabilità, qualità, privacy e così via. Se ne può dedurre che l'azienda segue l'innovazione, come lascia intuire l'atmosfera ipertecnologica delle pagine web, ma mantenendo il rigore di uno studio professionale con una storia pluridecennale, come dimostra il linguaggio un po' formale dei testi. Molto curata la sezione news, che riporta soprattutto novità legislative d'interesse per l'impresa, e che sembra essere aggiornata quotidianamente. Per le informazioni sul franchising, invece, si rimanda a una e-mail presso la quale chiedere approfondimenti.

Time to fly

<http://timetoflyvacanze.it>



NAVIGABILITÀ	AGGIORNAMENTO	UTILITÀ

Il sito di Time to fly vacanze non risparmia una buona dose di multimedialità, con filmato d'accoglienza, musica di sottofondo e tante foto, che richiamano però un'atmosfera di viaggiatori d'altri tempi. Uno sfondo color mattone e i caratteri scelti per i titoli e lo stesso logo aziendale, fanno pensare a quando il turismo non era un fenomeno di massa ma una scelta di facoltosi e avventurosi. L'affiliazione è promossa fin dalla home page con più d'un richiamo e informazioni sufficienti. Buona l'interattività: oltre a una sezione shop, dove si possono acquistare delle guide turistiche su varie destinazioni, interessante il forum, nel quale i visitatori possono scambiarsi opinioni ed esperienze.