



Marketing linee guida

Come superare la crisi economica ed aumentare il fatturato

Il Marketing è alla base di qualsiasi attività commerciale e professionale, utilizzarlo nel modo giusto significa avere maggiori possibilità di successo e di crescita.

Etica e Marketing | Marketing linee guida (Parte 20)



Oggi parliamo di etica e marketing, argomento importante su cui comunque non mi soffermerò molto, ma vale comunque la pena di affrontarlo.

Accade spesso che alcune aziende, magari a causa della concorrenza o di un mercato saturo, si trovino ad imboccare una strada che non li porta ad essere "trasparenti" con il pubblico, ma devono trovare degli espedienti che possano convincere sulla bontà di un determinato prodotto, o di un servizio, pur sapendo che questo non corrisponde alla verità.

In pubblicità assistiamo spesso a spot che sono oggettivamente esagerati, per i quali è facile capire che quello che viene rappresentato non è vero, ad esempio la vecchia pubblicità dell'uomo in ammollo, ricordate?

L'attore, mentre era immerso fino al collo in una vasca piena di acqua, completamente vestito, versava la polvere del detersivo nell'acqua e recitava: "noo, non esiste lo sporco impossibile..." e continuava lo spot.

Forse erano i primi anni '70, in ogni caso a quel tempo i detersivi non erano così efficienti da togliere qualsiasi tipo di macchia, penso che non lo facciano realmente neanche oggi, ma la pubblicità sottolineava quanto fosse efficiente quel prodotto.

Oppure la pubblicità del dentifricio Colgate, quando diceva "Ti spunta un fiore in bocca...", possibile che un dentifricio possa far spuntare un fiore in bocca?

Porto questi esempi di pubblicità datate tanto per far capire che era naturale non credere a quelle cose, ma servivano solo a sottolineare che certi prodotti erano migliori rispetto a quelli della concorrenza.

In diritto questo comportamento viene definito "dolus bonus", ossia un fatto che nella normalità sarebbe ingannevole, ma che il pubblico riconosce come esagerato e quindi non pericoloso.

Oggi dobbiamo fare maggiore attenzione alla pubblicità, specialmente sul web dove il fenomeno si amplifica a causa del fatto che non ci sono mezzi sicuri per controllarla, pertanto il dolus bonus spesso si trasforma in dolus dolus, se così posso dire, ossia la volontà di ingannare il pubblico facendo credere una cosa non vera e rappresentandola come se fosse veramente buona, quando in realtà non lo è.

Ma esiste un'etica **professionale** che dobbiamo usare anche nella comunicazione e nel Marketing, pensiamo sempre che il pubblico è costituito da persone che apprezzano chi le tratta come tali, apprezzano chi conquista la loro fiducia.

Se le imprese invece non tengono conto dell'etica professionale, o la diligenza del buon padre di famiglia, come recita il diritto, non riusciranno ad ottenere grandi risultati.

Lo ripeto spesso, il cliente è colui che ci permette di lavorare, dobbiamo ascoltarlo, capire quali sono le sue richieste e risolvere i suoi problemi, solo in questo modo riusciamo ad ottenere i migliori risultati.

Avete avuto anche voi esperienze di *etica non etica*?



Studio **DESIGN GRAFICO**

Grafica e Web Design

P.s.

Puoi seguire questa guida gratuita sul blog www.simonattivalerio.com sezione Marketing, ogni settimana un nuovo argomento.



Studio DESIGN GRAFICO

Grafica e Web Design

Studio Design Grafico di Valerio Simonatti - Via Dante 63 - 56025 Pontedera (Pi) - P. IVA 01797010509

Tel. 0587-933142 - Cell. 338-4725053

Sito: www.designgrafico.altervista.org - Blog: www.simonattivalerio.com

E-mail: info@simonattivalerio.com - Servizi foto e video: www.servizifotovideo.com



Studio **DESIGN GRAFICO**

Grafica e Web Design

Studio Design Grafico di Valerio Simonatti - Via Dante 63 - 56025 Pontedera (Pi) - P. IVA 01797010509

Tel. 0587-933142 - Cell. 338-4725053

Sito: www.designgrafico.altervista.org - Blog: www.simonattivalerio.com

E-mail: info@simonattivalerio.com - Servizi foto e video: www.servizifotovideo.com