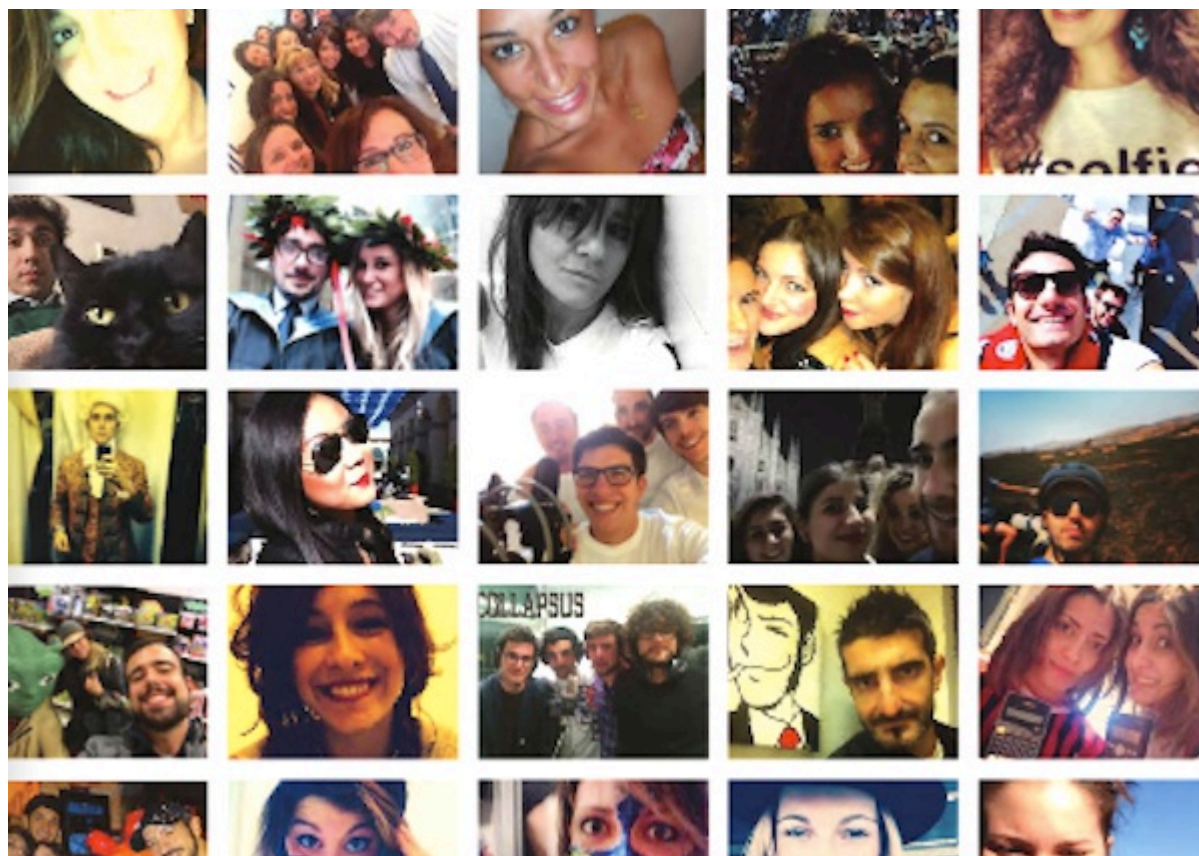


Marketing, una manna chiamata selfie

Pubblicato: Martedì 3 Febbraio 2015



Scattarsi una foto mentre si mangia uno yogurt in auto. Una cosa che non aveva senso fino all'avvento dei social network. Ma oggi, oltre alla discutibile utilità dell'immagine, un senso questa foto ce l'ha, soprattutto per chi lo yogurt lo vende: **postare quest'immagine sul proprio profilo facebook** racconta infatti una preferenza, un gusto a cui **gli analisti di marketing attingono a piene mani per decidere campagne e prodotti.**

Lo dice una ricerca pubblicata da **viasarfatti25**, il magazine dell'Università Bocconi in un intervento di Gaia Rubera, professore associato di marketing.

La storia dello yogurt non è una boutade: negli Usa c'è un'azienda, la **Chobani**, che davvero ha appurato che molti dei suoi clienti consumano questo alimento mentre sono in auto.

Le associazioni "gusto-prodotto" sono imprevedibili, e inedite: si scopre così che il 13% dei clienti **Adidas** è fan di **Justin Bieber**; chi ascolta i **Metallica** preferisce bere **Heineken**; i fan di **Beyonce** sono bevitori di **Smirnoff Ice**, e via di seguito.

I selfie rappresentano una cartina tornasole delle preferenze, di che tipo di persona siamo e di quanto risultiamo attaccati al prodotto: manna per le aziende che possono così tenere sott'occhio non solo l'andamento delle proprie linee lanciate sul mercato, ma anche valutare il gradimento di quelle dei concorrenti, e prendere così le debite contromisure, secondo la professoressa Rubera. Interessante è anche **l'utilizzo degli autoscatti per scoprire i "consumatori evangelici"** vale a dire utenti che ritengono irrinunciabile una determinata marca, tanto da essere disposti a tutto pur di promuoverne

l'immagine, anche fra le pagine di
Facebook&C0.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it