

## Social Proof: cos'è, come funziona e perché non dovresti farne a meno

La "Social Proof" ovvero la Riprova Sociale, in parole povere può essere spiegata dicendo che è quando qualcun altro convalida la tua opinione.

Tutti oggi leggono qualche recensione prima di prenotare un viaggio, andare a mangiare in un ristorante o compiere un acquisto on line.

Avendo la convalida esterna di altre persone soddisfatte da un prodotto, felici di aver degustato ottima pietanza o ritornate serene dopo una vacanza, anche noi saremo molto più portati a ripetere quella loro stessa esperienza.

Tutti, a vari livelli, guardiamo agli altri in cerca di consigli e rassicurazioni per ridurre il rischio e l'incertezza.

È un po' la mentalità del "gruppo" che ti dice, se gli altri lo fanno, se va bene per loro, potrei volerlo fare anche io e perché non dovrebbe andare bene per me.

La Social Proof esiste perché gli uomini sono creature sociali, che prendono spunti da chi li circonda quando affrontano una decisione.

## Social Proof: un tema quantomai attuale

Il Social Proof Marketing è quando i Brand sfruttano la Riprova Sociale per convincere i potenziali clienti che il loro prodotto o servizio è il migliore da acquistare.

Una strategia utilizzata fin dagli albori della società ma che, vista l'impennata dei Social Media e il crollo di efficacia della pubblicità tradizionale, risulta essere uno dei temi più caldi ed attuali del momento.

Quando osserviamo con attenzione gli scaffali di un supermercato e vediamo che un particolare tipo di vino è quasi esaurito, mentre tutt'attorno i ripiani sono colmi di bottiglie, siamo portati a pensare che sia il più buono e quindi un valido acquisto. Dopo tutto, se sta andando a ruba, un motivo ci sarà.

Con la rivoluzione digitale i clienti sono ora più informati e competenti che mai. È sufficiente estrarre dalla tasca o dalla pochette il proprio smartphone per cercare una recensione, un video o guardare su Instagram cosa indossano gli altri.

## Social Proof: le 5 tipologie principali

### 1. Expert Social Proof

È quando un prodotto ottiene l'approvazione da parte di un esperto credibile.

Se, per esempio, un Blogger conosciuto e stimato parlasse consigliando un articolo o un servizio di uno specifico marchio, quel Brand probabilmente beneficerebbe di un incremento delle sue vendite.

## 2. Celebrity Social Proof

Gli spot televisivi hanno sempre utilizzato le celebrità, ottenendone ottimi risultati. Sul web la pratica è ancora relativamente poco adottata, ma in rapida espansione.

È un modello da attuare con molta attenzione, poiché la celebrità deve essere scelta con cura e correttamente in linea con l'immagine del Brand. Una mancata corrispondenza potrebbe produrre sensazioni negative ed esiti controproducenti.

## 3. User Social Proof

È l'approvazione degli utenti di un prodotto o servizio. Ciò include testimonianze e recensioni online (scritte, ma anche video) dei clienti.

Le recensioni positive aumentano le entrate, mentre è altrettanto vero che quelle negative portano come conseguenza sintomatico calo delle vendite.

Sono particolarmente efficaci quelle che raccontano una storia (Storytelling). Le storie sono molto più persuasive ed affidabili dei semplici dati statistici o di utilizzo. Questo perché gli utenti tendono ad immedesimarsi nei panni degli altri.

I bravi marketer spingono molto i propri utenti a condividere con gli altri le proprie esperienze positive e le aziende, che invitano i clienti a creare contenuti sull'utilizzo dei loro prodotti, sono sempre di più.

## 4. Crowds Social Proof

Per "Wisdom of the crowd" (o Saggezza della folla) si intende l'evidenziare la popolarità e il gran numero di utenti che usano e riconoscono un valore a un prodotto o a un Brand.

È l'approvazione data da un gran numero di persone, sono proprio i numeri a dimostrare che quella determinata cosa è stata scelta perché vale, e come dire: "non possono sbagliarsi in così tanti".

Quasi ogni giorno scarichiamo una nuova app sul nostro telefono e non manchiamo mai di guardare in quanti l'abbiamo già fatto prima di noi, prediligendo sempre quelle che hanno il maggior numero di download.

Comunicare che un dato servizio è stato scelto da migliaia di persone, produrrà quasi sempre un afflusso ancora maggiore.

## 5. Friends Social Proof



t. 800 64 20 96

t. +39 075 69 79 255

a. Via Settevalli 133/C 06129 Perugia

e. [segreteria@italianmarketing.foundation](mailto:segreteria@italianmarketing.foundation)

w. [www.italianmarketing.foundation](http://www.italianmarketing.foundation)

Main Partner

**neto**  
CORPORATION

Ovvero “Wisdom of friends” (o Saggezza degli amici) è considerata la più potente e virale tra tutte le Social Proof.

Gli studi dimostrano che valutiamo le opinioni delle persone che percepiamo come più simili a noi.

Attenzione, però, non si tratta di imparare o seguire i consigli degli amici di nel mondo reale, ma degli amici che abbiamo sui nostri Social Media.

Se, nel bel mezzo del nostro processo decisionale, ci trovassimo a leggere la recensione di una persona che è nostro amico su un Social, ecco che i nostri dubbi potrebbero facilmente disperdersi e convertirsi in un’azione.

Gli amici sono i clienti migliori: spendono di più e soprattutto acquistano più velocemente.