

Come sfruttare il ZMOT Zero Moment of Truth, un segreto per vendere di più

di Paolo Franzese

ZMOT – Zero Moment of Truth



2005 – Procter & Gamble: bastano dai 3 ai 7 secondi per decidere quale prodotto comprare (FMOT First Moment Of Truth)

2011- Jim Lecinski: il consumatore prima di acquistare un prodotto cerca in internet e e poi acquista (ZMOT – Zero Moment of Truth).

Come acquistavamo prima?

Prima avevamo tre momenti:

Stimolo: quando dopo aver visto/ascoltato una pubblicità nasce in noi il bisogno di acquistare;

First Moment Of Truth: quando si decide il prodotto/servizio da acquistare tra i tanti presenti;

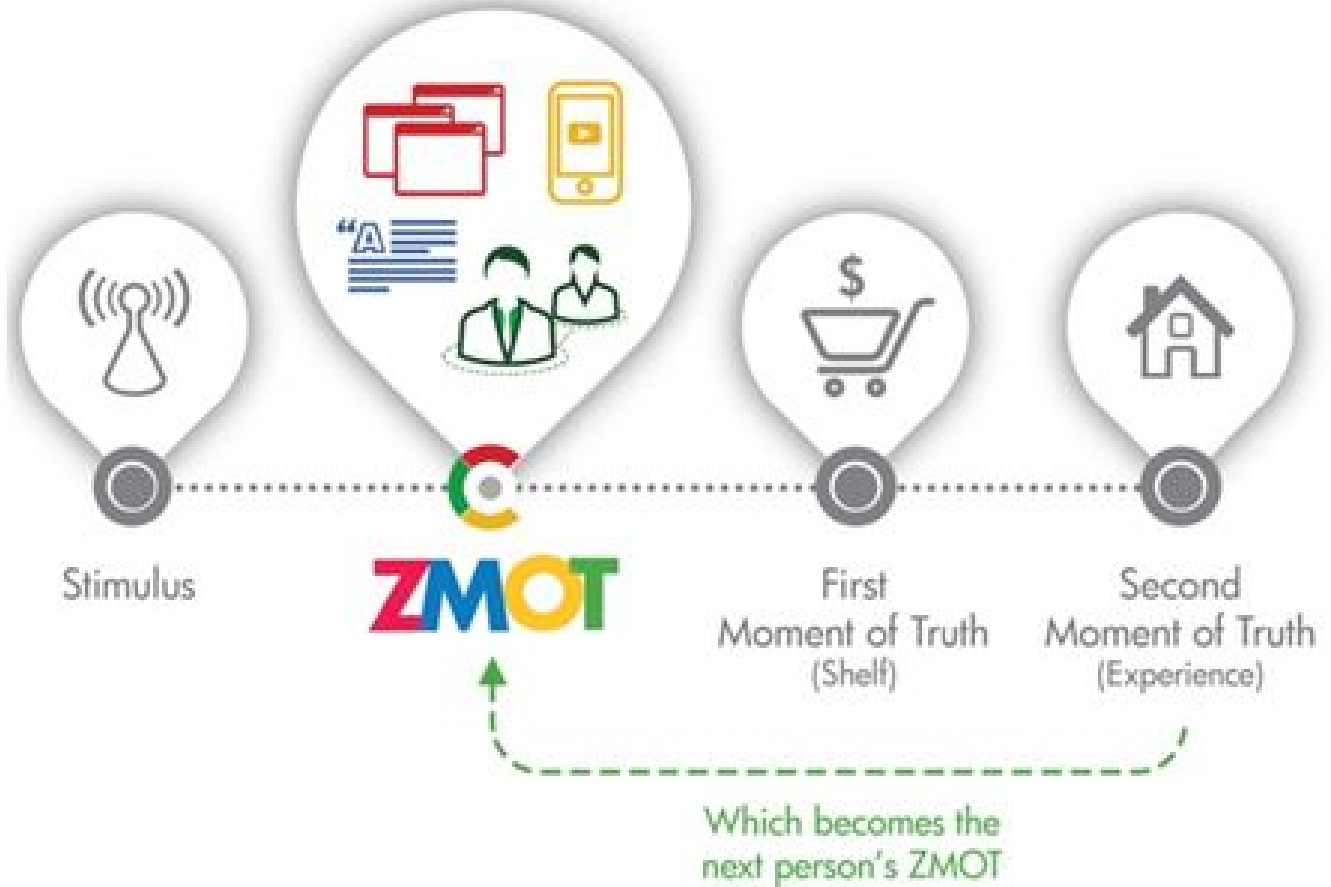
Second Moment Of Truth: quando si valuta il prodotto e si parla dell'acquisto.

Come acquistiamo oggi?

Oggi c'è internet e prima di acquistare un prodotto/servizio si cerca, si guardano i video su Youtube “unboxing”, si leggono le recensioni, si leggono le valutazioni, si confrontano prezzi, e poi si cercare di nuovo e poi si cercano anche amici che possono consigliarvi sul prodotto, si cerca

sui social media. Oggi in sintesi si aggiunge questo momento:

Zero Moment of Truth: quando cerchiamo informazioni in rete prima di acquistare.



Se ne parla in questo documento da scaricare:





WINNING THE
ZERO MOMENT OF TRUTH



Google



Potete scaricarlo da questo link:

http://www.zeromomentoftruth.com/assets/files/ZMOT_Handbook.pdf

Quando nasce questo momento?

- quando siamo in attesa ad oziare e navighiamo con il nostro smartphone;
- quando siamo in ufficio e con il nostro computer iniziamo a cercare in rete;
- quando siamo con gli amici al portatile per progettare un acquisto;
- quando siamo davanti al prodotto con lo smartphone iniziamo a leggere recensioni;
- etc... etc...

Chi acquista così?

Uno studio di <http://shoppersciences.net/> dichiara che oggi la maggioranza degli acquisti sono fatti in questo modo, passando per il momento ZMOT.

Come farsi trovare nel momento ZERO (ZMOT)?

Dovete assolutamente esserci, controllate se siete presenti, ponetevi e verificate queste domande:

- siamo sui motori di ricerca?
- siamo sui social networks;
- siamo sui forum?
- siamo sui siti comparatori di prezzo?
- quando iniziamo a digitare in nostro prodotto compare con l'autocompletamento di google?
- il nostro sito compare nelle prime tre posizioni con le ricerche dei miei annunci?
- il nostro brand compare nelle recensioni e commenti in siti di settore?
- etc... etc...

Controllate la vostra presenza e se avete problemi agite subito come ci dice Jim Lecinski.

Interagite con il vostro pubblico, presidiate tutti i siti in cui dovete essere presenti, coinvolgete il pubblico e portateli alla scelta migliore. Seguite i trends, pubblicate video su Youtube, progettate e riprogettate le vostre azioni... Insomma

“Insegnate ad acquistare il vostro prodotto nel momento ZMOT”

Un ultimo consiglio se non riuscite a farlo voi, **contattate** un esperto o **formate** un **esperto** che curi le vostre **OLMR – Online media relations** ne trarrete sicuro dei vantaggi.



Materiali e strumenti utili

<http://www.zeromomentoftruth.com/toolbox>

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 28 Marzo 2016