

La luce come strumento di marketing

Descrizione

Abbiamo sempre parlato del mondo online perchÃ© spesso quando si parla di marketing il primo pensiero che viene in mente alla maggioranza delle persone sono siti web, social, SEO ecc. In realtÃ gli strumenti marketing che hanno ad oggi le aziende sono molteplici. Tra i piÃ¹ potenti strumenti di marketing c'Ã¢ la luce.

La luce esalta il prodotto, fa vibrare l'aria ed Ã¢ capace di trasformare completamente la scena. Le emozioni sono il vero motore del comportamento e **il nostro stato emozionale** Ã¢ **fortemente influenzato dalla luce**. Se quindi seduti al tavolo di un ristorante una giusta illuminazione aumenta il tempo di permanenza dei commensali, favorendo tra l'altro il consumo di cibi e bevande vien da sÃ© che stiamo parlando di qualcosa di portentoso.

La giusta illuminazione cambia la percezione di un prodotto, di un'immagine o di uno spazio fisico

Ad esempio: il fast food ti comunica distacco e prezzi bassi mentre il ristorante lo vedi sofisticato e ti fa immaginare piatti costosi?

Prova a immaginare di invertire la loro illuminazione e il take away ti sembrerÃ un intimo angolino etnico mentre il ristorante, illuminato a giorno con i neon, si trasformerÃ in una mensa grande e fredda.

Le luci non sono tutte uguali

Quando si acquista una lampada, vanno valutati alcuni parametri. Parliamo dell'indice di resa cromatica o IRC (quanto i colori degli oggetti illuminati appaiono naturali), la quantitÃ e la distribuzione della luce. Anche la temperatura del colore della fonte luminosa, misurata in gradi Kelvin Ã¢ determinante. Si dovrÃ quindi decidere tra luce calda (attorno ai 2700K), bianca neutrale (circa 4000K) e fredda (5000K). La decisione Ã¢ determinata anche dal tipo di target che si vuole attirare.

La tipologia di illuminazione condiziona l'esperienza di acquisto perchÃ© genera delle emozioni nei clienti

Le persone ricordano quelle emozioni e sono ben predisposte verso comportamenti positivi d'acquisto.

La luce nella fotografia

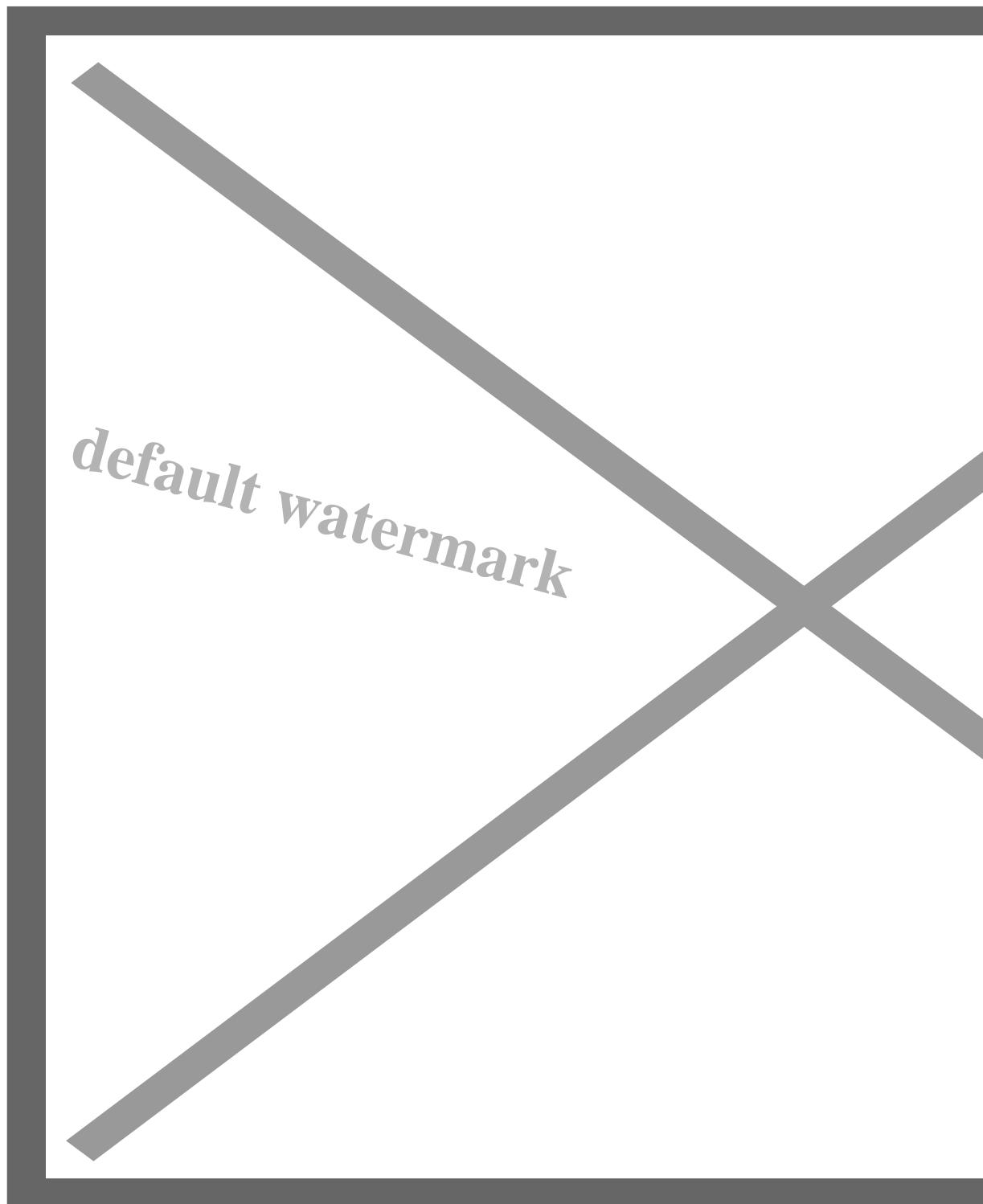
Allo stesso modo in fotografia la luce, se utilizzata per veicolare un valore, oltre che per rappresentare una realtà oggettiva, ovvero per illuminare un oggetto o un soggetto, diventa uno strumento fondamentale di **Brand Identity**. Nella narrazione visiva gli elementi più efficaci sono proprio la luce e il colore: hanno il potere di raggiungere il pubblico ad un livello emotivo profondo.

Un esempio

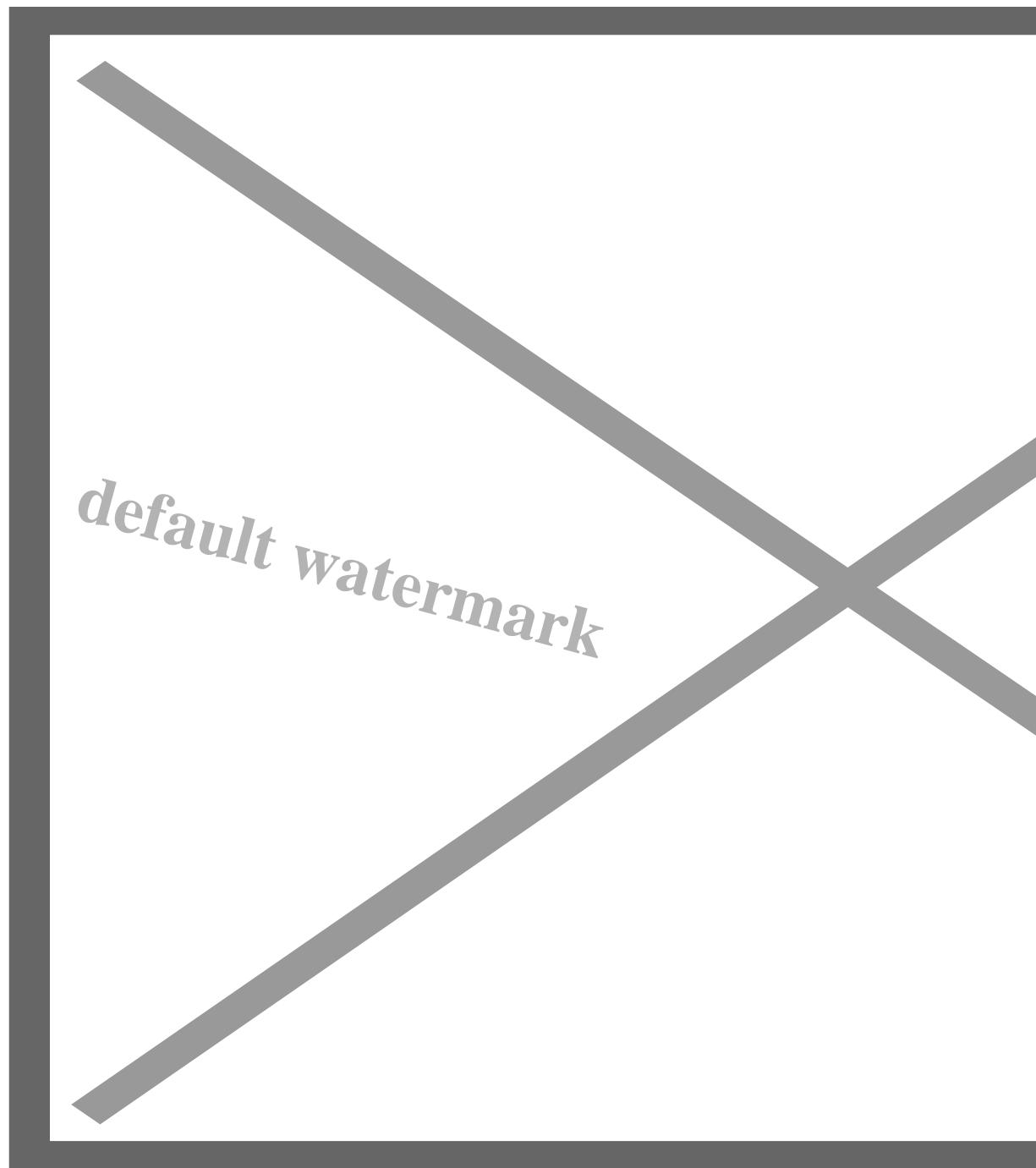
Guarda qui un esempio di come la luce può letteralmente cambiare le carte in tavola:

default watermark

•



•



L'articolo [La luce come strumento di marketing](#) proviene da [Labict Agenzia Web Marketing Roma](#).

Categoria

1. PILLOLE DI MARKETING

Data di creazione

14 Aprile 2021

Autore