Prove o claim promozionali?

rendere credibile ciò che prometti

Una prova pertinente accanto alla promessa, con le sue condizioni

1 Ogni promessa ha il suo dubbio e la sua prova

Promessa	Dubbio del compratore	Prova utile
Capacità tecnica	«Potete realizzare questo particolare?»	campioni, dimostrazioni e rapporti di controllo
Conformità	«Quale requisito è stato verificato?»	documento con oggetto, emittente, campo e validità
Tempi e assistenza	«Quando rispondete, e se qualcosa si ferma?»	tempi registrati, condizioni del servizio, referente
Risultati e risparmio	«Il beneficio vale in condizioni simili alle mie?»	situazione iniziale, periodo, costi inclusi, lavoro svolto

Claim

«Precisione e qualità per ogni esigenza»

Capacità misurabile (valore d'esempio)

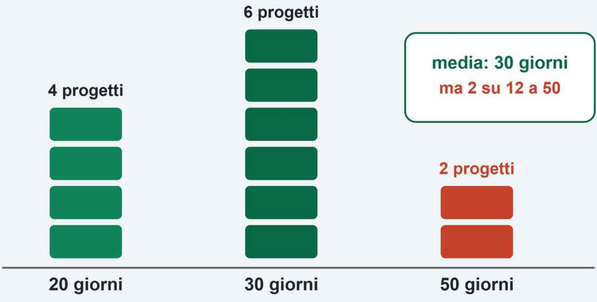
«tolleranza ±0,05 mm sulle quote concordate nel disegno approvato»; il rapporto di controllo riporta quote, risultati, strumento di misura e criterio di campionamento

ISO 9001 riguarda il sistema di gestione

non certifica il singolo prodotto né la sua superiorità

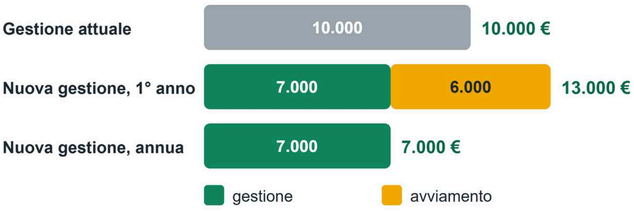
2 Mostra i risultati senza nascondere le eccezioni

12 progetti comparabili (numeri d'esempio)



i conteggi aiutano chi deve pianificare una scadenza

Risparmio: mostra anche l'avviamento (numeri d'esempio)



Primo anno: 3.000 euro in più

poi il risparmio operativo è di 3.000 euro l'anno

3 Se non puoi nominare i clienti

1. Caso anonimo

autorizzato: situazione, ostacoli, attività svolte, risultati e limiti

→

2. Metodo

protocollo di prova, rapporto compilato, matrice dei rischi, dimostrazione

→

3. Dati

pertinenti, con unità, periodo, progetti considerati ed esclusioni

Togliere il nome non basta: controlla anche

- ✓ fotografie
- ✓ metadati dei file
- ✓ combinazioni di dettagli che rendono riconoscibile il cliente

La stessa versione in ogni passaggio

foto → campione → scheda → preventivo

codice, revisione, finitura e accessori inclusi

Prova insufficiente?

restringi la promessa, raccogli dati o concorda una prova pilota

Fonte: mappa ed esempi dell'articolo; numeri d'esempio, non dati reali

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · Come rendere credibili le promesse del sito B2B, anche senza casi studio pubblici
https://www.klc.it/blog/siti-web/prove-e-trust-vs-claim-promozionali-b2b/