

## Superbasta!

Di Andrea Riccio

Martedì 15 Gennaio 2013 10:10 - Ultimo aggiornamento Lunedì 06 Luglio 2020 16:15

---



Se c'è un modo per sminuir le cose ormai, è chiamarle “super”. Basta! Accessorio dell'inflazione, il prefisso lo si utilizza proprio quando un sostantivo è ormai abusato, essendone svilito il significato. Non a caso di 'sti tempi lo so trova appiccicato dappertutto: il supertecnico, il superconsulente, il superministro, il superperfavore... Un'ubriacatura

Nah, come diceva quello, “Beato il popolo che non ha bisogno di eroi”, allora beati coloro che si avvalgono di professionisti del [mallu cum love indian](#) tutto terreni. Bravi, bravissimi, ma “normali”.

Usare il super è un po' come scrivere tutto maiuscolo: irrita.

Sì, abbassare la voce, i toni, i prefissi per farsi ascoltare meglio. Non di più, ma meglio, proprio come nell'ottica del 3.0. Cos'è? Quella del marketing sostenibile, di quello umano, autentico. In fondo se c'è una cosa fasulla è proprio quella super.

I prodotti non devono essere “super”. Devono essere “adatti”.

Strumenti? La buona vecchia segmentazione, ma solo per i prodotti di massa. L'ottimo marketing tribale invece per quelli di nicchia, riservati ai veri amanti del prodotto. Lo studio più bello, ancorché non nuovissimo rimane quello di Bernard Cova: Il Marketing Tribale. Quale passione accomuna gli utilizzatori? Con chi usi il prodotto? Come lo usi? Come imparare da loro a perfezionare il prodotto? Il discorso si fa interessante, ma niente di superiore. Passionale, sì, e per questo assolutamente normale.

## **Superbasta!**

Di Andrea Riccio

Martedì 15 Gennaio 2013 10:10 - Ultimo aggiornamento Lunedì 06 Luglio 2020 16:15

---

Buon anno.