

A woman is shown from the waist up, wearing a white, pleated, floor-length dress with a silver sequined bodice. She is looking over her shoulder towards the camera. The background is a plain, light grey.

LML

LUXURY MARKETING LOUNGE

10

Parole Da Evitare per
comunicare nel 2024

PAROLE SOVRAUSATE & OSSIMORI

DOVE IL MARKETING INCONTRA L'ELEGANZA



Il Luxury Marketing che ti fa distinguere dalla Massa

Se stai leggendo questa guida, grazie!

Siamo liete di averti tra i nostri contatti e siamo entusiasti di poterti aiutare a trasformare le parole in potenti strumenti per aumentare il valore percepito del tuo brand e poter vendere a prezzi più alti.

La nostra esperienza include lo studio e l'analisi approfonditi di innumerevoli marchi, dai lussuosi fino a quelli più ordinari, riuscendo a decifrare le strategie che elevano un brand da comune a eccezionalmente premium.

Come esperti di luxury marketing, trasformiamo concetti ordinari in narrazioni straordinarie e avvincenti, **creando contenuti unici e accuratamente personalizzati per ogni servizio e personal brand.**

Dal 2019, abbiamo il privilegio di collaborare con oltre 100 marchi prestigiosi e personal brand internazionali, elevando la loro comunicazione a standard ineguagliabili.

Mentre molti si affidano a tecniche di copia e incolla che non portano risultati, il nostro approccio si distingue puntando tutto su creatività, attenzione al dettaglio ed esclusività.

Per questo i nostri servizi sono dedicati a chi aspira DAVVERO a distinguersi nella mente e nel cuore dei suoi clienti alto spendenti.

PAROLE SOVRAUSATE & OSSIMORI

ABBIAMO ESAMINATO INNUMEREBOLI DOCUMENTI QUEST'ANNO, NOTANDO SPESSO L'USO DI TERMINOLOGIE CHE ANZICHE' AGGIUNGERE VALORE, CONFONDONO O PEGGIORANO L'IMMAGINE DEL BRAND.

Spesso, questi limiti si nascondono nelle linee guida del brand, nella visione, nelle missioni, nelle dichiarazioni di intenti, e nelle politiche sul tono di voce, e possono persino definire l'intera personalità del tuo brand.

L'uso di certi termini può sembrare innocuo, ma tipicamente questi cadono in una di queste due categorie problematiche:

1. **Sovrausate** – Termini generici che non delineano efficacemente il valore unico e la distinzione del tuo brand.
2. **Ossimori**– Parole che, nel contesto dei valori e delle promesse del brand, risultano contraddittorie.

Se riconosci che uno di questi termini è centrale per il tuo brand, consideralo un segnale d'allarme che invita a un'analisi più profonda dei tuoi valori e del tuo posizionamento sul mercato.

Da qui, puoi iniziare a cercare modi più incisivi e originali per comunicare ciò che realmente distingue il tuo brand, in modo che risuoni autenticamente con il tuo pubblico ideale.

PAROLE SOVRAUSATE

TERMINI GENERICI CHE NON DELINEANO EFFICACEMENTE IL VALORE UNICO E LA DISTINZIONE DEL TUO BRAND.

1. Divertente

È il momento di lasciar parlare i colori vivaci e i font originali: aggiungi al mix alcune fotografie di marca uniche e spassose, e potrai archiviare il termine 'divertente'.

Se necessario, prova a usare aggettivi come **audace, eccentrico o avventuroso**.

2. Serio

"Serio" come nell'impegnarsi a fondo? O come nel non saper accettare uno scherzo?
O forse serio nel perseguire il successo?

È un termine troppo vago, perché non optare per **pensieroso, riflessivo o analitico**?

3. Intelligente

Lontano dall'essere sovrausato, mi auguro sinceramente che il tuo brand sia effettivamente intelligente.

Tuttavia, forse intendi descriverlo come **brillante, acuto, perspicace, innovativo o pragmatico**?

Le alternative non mancano.

PAROLE SOVRAUSATE

4. Creativo

Un termine eccellente, da usare con oculatezza e strategicamente (dato anche il suo impatto SEO), ma per incarnare i valori del tuo brand ci sono opzioni migliori.

Anche "innovativo" sta diventando abusato, ma aggettivi come **pionieristico**, **radicale** e persino **astuto** offrono una maggiore personalità e distinzione.

5. Sincero

Cordiali saluti. Sinceramente.
Le mie più sincere.

Capisco che vuoi trasmettere virtù e gentilezza (eccoti due alternative valide).

Ma scavando più a fondo, termini come **franco**, **genuino**, **onesto**, **accomodante** e anche **entusiasta** sono meno sovrausati e prevedibili.



OSSIMORI

PAROLE CHE, NEL CONTESTO DEI VALORI E DELLE PROMESSE DEL BRAND, RISULTANO CONTRADDITTORIE.

6. Autentico

Affermare di essere "così autentico" suona spesso inautentico.

L'autenticità si dimostra meglio attraverso le azioni, le interazioni con i clienti e la presenza generale del brand.

Usare termini di supporto come **originale e genuino** può incarnare meglio questo valore.

7. Di successo

Mostra analisi, prova sociale, testimonianze, recensioni entusiastiche e successi dei clienti.

Esprimi la personalità del tuo brand come un palcoscenico di successi e apparirai **immediatamente di successo**.

Concentrati su aggettivi che enfatizzano l'idea di successo, senza risultare banali.

8. Spensierato

Ritengo che il termine "spensierato" sia spesso abusato quando i brand cercano di descrivere la semplicità e l'originalità della collaborazione con loro.

Opzioni migliori, prive della connotazione di 'incoscienza', includono **brillante, amichevole, accomodante, naturale e allegro**.

OSSIMORI

9. Lussuoso

Il lusso dovrebbe essere sinonimo di esperienza.

Un processo creativo meticoloso e un'attenzione ai dettagli trasmetteranno i valori del lusso senza ricorrere a termini troppo diretti.

Il mio modo preferito di "mostrare senza dire" i valori del lusso si basa sulla voce del brand e sulla narrazione.

10. Competente

Essere semplicemente competente non basta e spesso sembra che i brand usino questo termine per apparire umili e con i piedi per terra.

Termini come **realizzato**, **potenziato**, **attrezzato** e persino **professionale** sono alternative decisamente migliori.



PROSSIMI PASSI PER UN BRANDING DI SUCCESSO



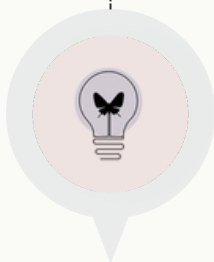
Verifica

Esamina attentamente le linee guida del tuo brand, i documenti sul tono di voce, il sito web e i canali social. Trovi tracce di queste parole vietate nel contesto del brand? Se la risposta è affermativa, *è giunto il momento di apportare dei cambiamenti.*



Ricerca

Guarda cosa stanno facendo i tuoi concorrenti e identifica i temi ricorrenti nel tuo settore. Rifletti sulla figura del tuo cliente ideale e cerca modi per distinguerti chiaramente dalla concorrenza.



Crea Nuovamente

Metti in pratica i tuoi nuovi e valorosi principi di brand. Comincia rinnovando i tuoi documenti interni e progressivamente incorpora questi valori nelle comunicazioni esterne rivolte ai clienti.

Se necessiti di supporto, siamo a tua disposizione per fornirti quell'impulso creativo di cui hai bisogno, ogni volta che le tue parole richiedono una svolta.

LML

LUXURY MARKETING LOUNGE

La creazione di una comunicazione efficace richiede più di una semplice manipolazione del linguaggio.

Richiede una profonda comprensione del tuo pubblico e la capacità di parlare direttamente ai loro desideri e aspettative.

*Luxury Marketing Lounge è il team di Marketing
d'élite per Premium Brands.*

**Vuoi attrarre clienti alto-spendenti e distinguerti
dalla massa?**

Siamo qui per integrarci con il tuo team e creare strategie di marketing e comunicazione che catturino l'attenzione e coinvolgano il tuo pubblico esclusivo.

Contattaci a info@luxurymarketinglounge.com

Oppure

COMPILA IL FORM DEDICATO