

Tratto dal libro **“Le 22 leggi immutabili del marketing”** del 1994 scritto da **Jack Trout e Al Ries** contenente i punti chiave di una strategia di marketing votata al successo.

- 1 – La legge della Leadership:** “È meglio essere il primo che essere il migliore”;
- 2 - La legge della Categoria:** “Se non potete essere primi in una categoria, createne una nuova in cui lo potete essere”;
- 3 - La legge della Mente:** “È meglio essere primi nell’utilizzo della mente che il primo sul mercato”;
- 4 - La legge della Percezione:** “Il marketing non è una guerra di prodotti, è una guerra nel modo di percepirla”;
- 5 - La legge della Concentrazione:** “L’idea più potente è quella in possesso dalla mente del cliente”;
- 6 - La legge dell’Esclusività:** “Due società non possono immettere la stessa idea nella mente del cliente”;
- 7 - La legge della Scala:** “La strategia da utilizzare dipende dal gradino che occupate sulla scala”;
- 8 - La legge della Dualità:** “Alla lunga ogni mercato diventa una corsa tra due soli concorrenti”;
- 9 - La legge dell’Opposto:** “Se optate per il secondo posto, la vostra strategia sarà dettata dal leader”;
- 10 - La legge della Divisione:** “Col passare del tempo una categoria potrà dividersi in due o più categorie diverse”;
- 11 - La legge della Prospettiva:** “I risultati del marketing si vedono a lungo termine”;
- 12 - La legge dell’Espansione:** “C’è una spinta irresistibile a espandere il valore del marchio”;
- 13 - La legge della Sacrificio:** “Bisogna sacrificare qualcosa per guadagnarne un’altra”;
- 14 - La legge delle Caratteristiche:** “Per ogni caratteristica ce n’è un’uguale o contraria altrettanto valida”;
- 15 - La legge della Sincerità:** “Se ammettiamo un lato negativo, il cliente ve ne riconoscerà un altro positivo”;
- 16 - La legge della Singolarità:** “In ogni situazione, solo una mossa produrrà risultati eclatanti”;
- 17 - La legge dell’Imprevedibilità:** “A meno che non siate voi a pianificare i vostri concorrenti, non avete la possibilità di predire il futuro”;
- 18 - La legge del Successo:** “Il successo conduce spesso all’arroganza e l’arroganza al fallimento”;
- 19 - La legge del Fallimento:** “Il fallimento è da tenere in considerazione e bisogna accettarlo”;
- 20 - La legge della Notizia Sensazionale:** “Spesso la situazione reale è l’esatto contrario di quello che riferisce la stampa”;
- 21 - La legge dell’Accelerazione:** “I programmi efficaci non si basano sulle mode del momento ma sulle tendenze”;
- 22 - La legge delle Risorse:** “Senza un adeguato investimento, un’idea non potrà decollare”.

Leggi qui: [Le 22 leggi del marketing | Webnews](#)