



Ogni nostra scelta avviene d'impulso.

Solo dopo interviene la ragione per supportare la decisione, spesso arrampicandosi sugli specchi, pur di giustificare una scelta d'acquisto del tutto irragionevole ma molto appagante .

Macchinoni, scarpe, gioielli, gadget ed ammennicoli sono oggetti che soddisfano l'istinto senz'alcuna motivazione razionale. [Mettiamo musica](#) ?

Il cervello rettile, insomma, quello antico che tutti gli animali posseggono, decide. Quello limbico si emoziona e la neocorteccia, che solo gli umani posseggono, razionalizza le decisioni. Ma non conta nulla, è solo un passacarte.

Il coccodrillo che c'è in noi spalanca le fauci ed ingolla ciò che gli aggrada. Le lacrime, a dopo.

Ma come funziona allora questa bestia che guida la gran parte dei nostri acquisti e, prima ancora, dei nostri comportamenti?

Viene pilotata da tre elementi primari: fame, paura e sesso. Tutto il resto è un optional.

Andiamo nella pancia del coccodrillo. Seguitemi, ma in silenzio, che si spaventa...

Il coccodrillo si ama, si vuol bene. Gli oggetti, i prodotti che ci coccolano e stimolano la nostra vanità sono azzannati dal coccodrillo... Che ama le cose facili, intuitive, che non gli facciano far sforzi. A meno che non si tratti di giocare, naturalmente (quante imprese ti coinvolgono nella progettazione?).

Al Cocco piacciono le figure. Ah, le foto, i video. Ed anche nel linguaggio scritto o parlato, ciò che suggestiona il cocodrillo sono i racconti che dipingono immagini nella sua mente. Il linguaggio immaginifico, concreto, reale, seduce perché fa immaginare al Cocco il prodotto e la bellezza del suo uso. È l'anticipazione del consumo, come se si digerisse una pietanza prima ancora di averla mangiata. Mmm

Poi nella pancia troviamo il divertimento e la condivisione. Sì, quando vediamo belle cose non avvisiamo subito l'amico perché le veda anche lui? Ora moltiplichiamolo per i 5 sensi..

E poi il rettile adora tanto che gli altri parlino bene di lui.

Se c'è una cosa invece, che il nostro Cocco proprio non sopporta sono i problemi altrui. Che sbadigli. Prodotti, servizi e comunicazioni devono star bene alla larga da queste trappole. Poi pensare troppo, le frasi lunghe (yu know twitter?), la fretta ed essere ignorati. Che irritazione! Vogliamo variare, divertirci, giocare.

Per tutto il resto c'è la neocorteccia

Buon pranzo.