

La psicologia della condivisione: prima parte

scritto da Agnese Ceschi | 17 Agosto 2021



La condivisione non è una dinamica recente, fa parte della natura umana. In passato, le persone condividevano con gli altri sedute ad un tavolo di un bar, in piazza, al mercato o durante una cena. Oggi le occasioni di condivisione sono aumentate: condividiamo di più e anche online.

Ce ne parla un'indagine promossa dal The New York Times insieme a Customer Insight Group dal titolo **"The Psychology of Sharing"**, che ha intervistato più di 2.500 persone negli USA che usano in modo assiduo i mezzi di condivisione.

Oggi viviamo nell'era dell'informazione e la condivisione funge da regolatore dell'informazione. "Condividere informazioni mi aiuta a fare il mio lavoro. Mi ricordo meglio di prodotti e fonti di informazione quando li condivido" ha dichiarato un partecipante. Il **73% degli intervistati afferma di elaborare le informazioni in modo più approfondito, completo e ponderato quando le condivide**. Invece l'**85% afferma che leggere le risposte di altre persone li aiuta a comprendere ed elaborare informazioni ed eventi**.

L'indagine definisce **sei tipologie di persone** che condividono, in base alle motivazioni emozionali, alla rappresentazione desiderata di sé, al ruolo della condivisione nella loro vita, al valore che danno all'essere i primi a condividere.

1 **Altruista**: generoso, affidabile, connesso con gli altri, portato ad inviare e-mail per condividere informazioni utili. "Ho inviato un paio di articoli sull'alimentazione ed il benessere ad una amica con problemi di salute. Lei mi ha risposto per ringraziarmi, ha apprezzato che io abbia pensato a lei" ha dichiarato una partecipante all'indagine che rientra in questo profilo.

2 **Hipster**: creativo, giovane, popolare, tagliente, non manda frequentemente e-mail. "La condivisione è parte integrante di chi sono" ha dichiarato un giovane intervistato.

3 **Carrierista**: intelligente, creatore di network, utilizzatore di LinkedIn. "Condivido cose relative a questioni di business e scambio idee su come migliorare le offerte della nostra azienda ai nostri clienti" ha dichiarato un partecipante rientrante in questa categoria.

4 **Boomerang**: questa tipologia di persona segue la catena reazione – conferma – potenziamento. I suoi mezzi sono Twitter e Facebook. "Quando posto argomenti controversi, mi sento coinvolto e provocatorio, e voglio essere percepito in quel modo. Se non ricevo risposte, ho mancato il mio obiettivo" ha dichiarato un Boomerang.

5 **Connettore**: creativo, rilassato, premuroso, ama fare piani ed usa preferibilmente le e-mail e Facebook. "Ho ricevuto un invito ad una festa per e-mail. L'ho inoltrata ad un gruppetto di amici ed è diventata una serata fuori tra amiche" ha dichiarato una partecipante.

6 **Selettivo**: attento, informato, intraprendente, ama usare le e-mail. "Condivido solo cose che parlano di qualcosa di specifico se penso che gli altri possano avere piacere. Se

invece non sono rilevanti, non c'è motivo di condividerle" ha dichiarato un selettivo.

Analizzeremo in un prossimo articolo quali sono le condizioni che influenzano la condivisione e in che modo un brand può approcciare nel modo più efficace questa dinamica e volgerla a proprio favore.