



GLI ARCHETIPI DEGLI ELETTORI

L'influenza della "forza archetipa"
nelle scelte di voto

ARCHETIPUS

COSA INFLUENZA I NUOVI ELETTORI ?

(nuovi paradigmi della politica)



Ciò che viene detto nei programmi elettorali ?
(i contenuti politici)



Il modo in cui tali contenuti vengono espressi ?
(la forma comunicativa)

Il modo in cui i candidati vengono percepiti ?
(il profilo dei candidati)



**IL PENSIERO ESPRESSO DAGLI ELETTORI NON
CORRISPONDE AL MODO IN CUI POI ESPRIMONO IL VOTO**
(entra in gioco il profilo inconscio)



L'analisi del “**Profilo Archetipale**” può svelare i
“**Driver nascosti**” che orientano gli elettori.



Nel **Sondaggio** le classiche chiavi di lettura “**Socio-Demografiche**”
Hanno evidenziato che l'elemento più influente nella scelta del voto
è il “**Programma elettorale**” proposto dai candidati.

**MA ALCUNE VARIABILI RILEVATE NON
CONFERMANO QUESTA IPOTESI**

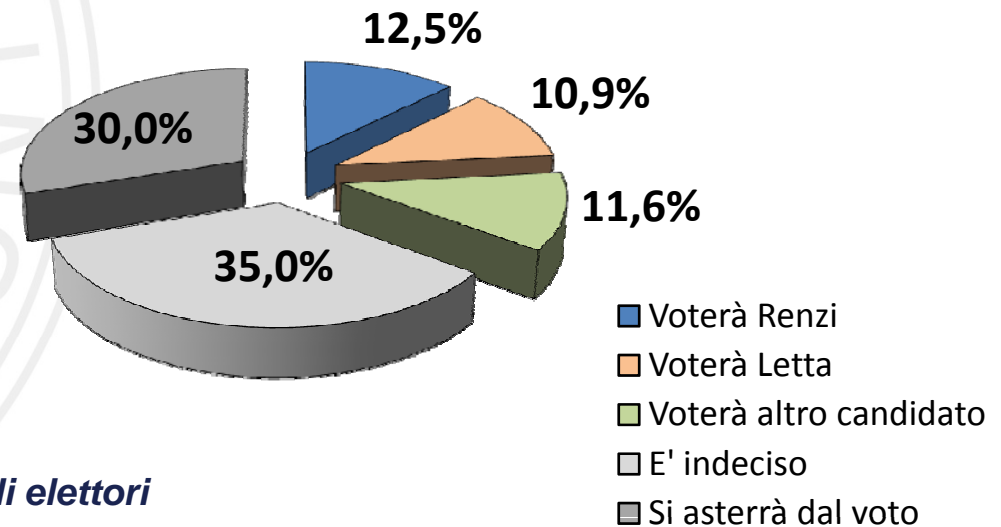
... IN REALTA' NON SARA' IL PROGRAMMA
IL PRIMO FATTORE INFLUENTE ...



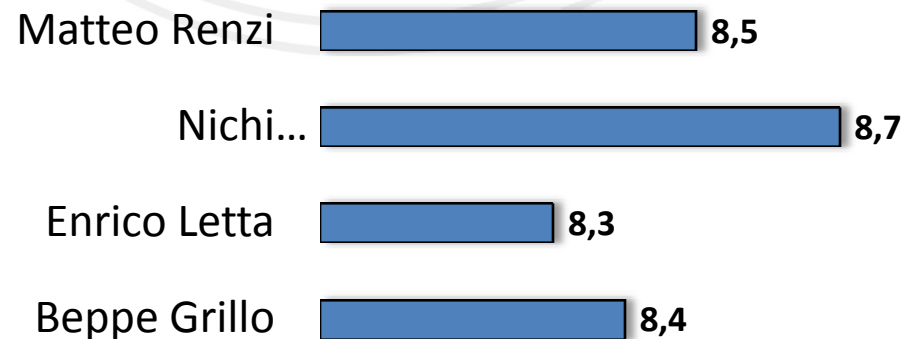
Se potesse scegliere lei il futuro Presidente del Consiglio, chi indicherebbe ?

Spontanea

**“Ad oggi è a Renzi
il maggior
consenso
elettorale”**

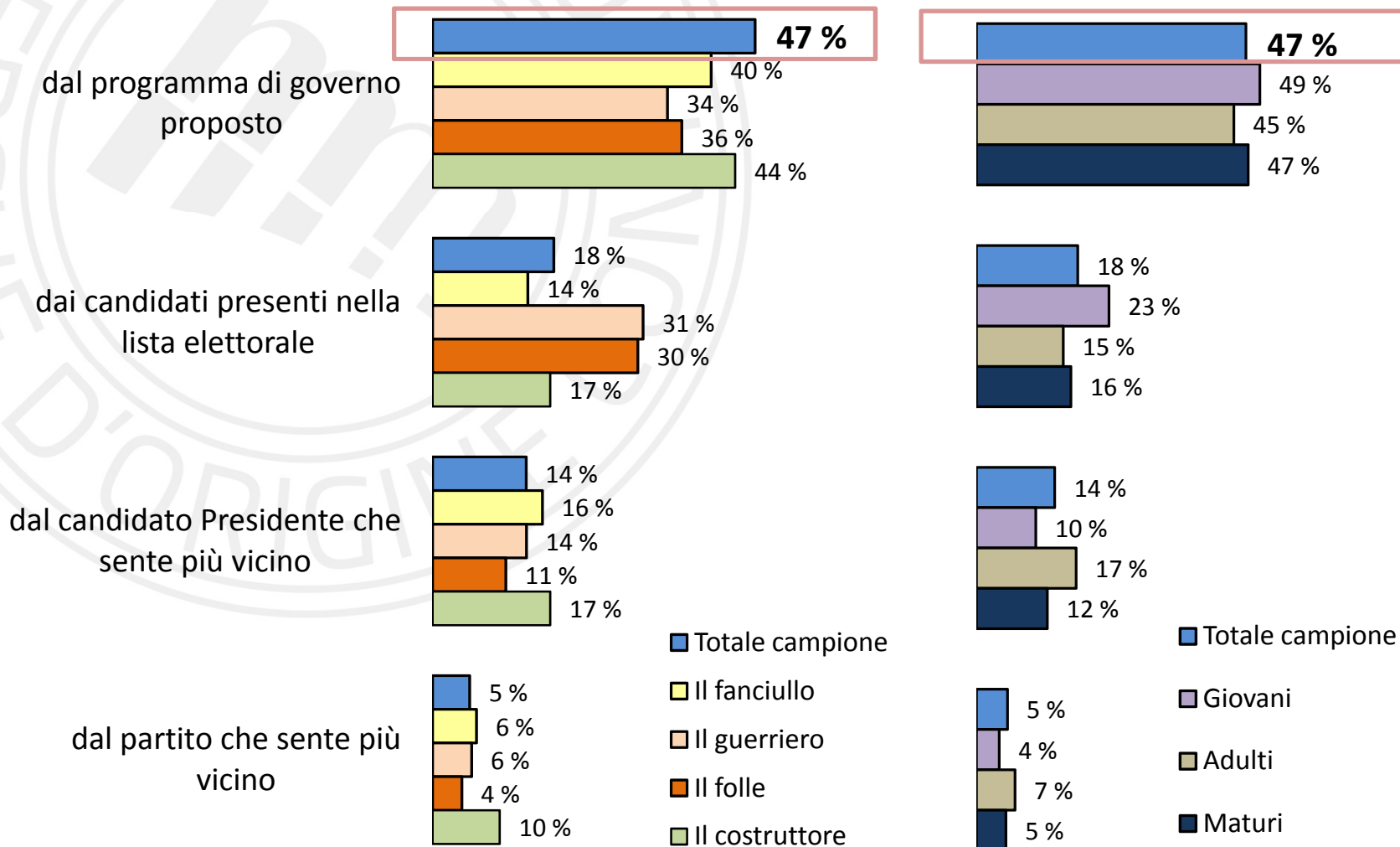


Indice di “intercettazione” delle priorità degli elettori



***ma non è Renzi che è
riuscito ad intercettare
meglio degli altri le
priorità degli italiani ...***

ALLE PROSSIME ELEZIONI, PENSA CHE IL SUO VOTO SARA' MAGGIORMENTE INFLUENZATO DA ...



I CRITERI SOCIO DEMOGRAFICI DISCRIMINANO POCO L'INFORMAZIONE

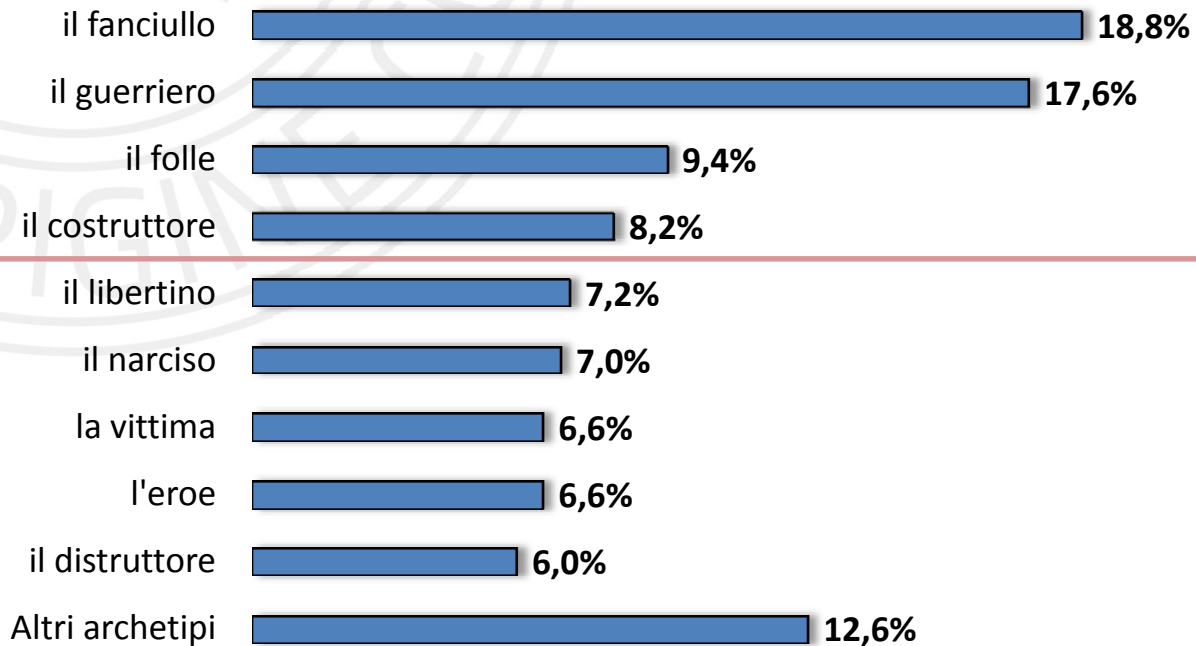


(Quali variabili possono fornire nuovi spunti di interpretazione ? – entra in gioco il profilo inconscio)

Il “**Profilo Archetipale**” degli elettori è un originale “**Sistema di interpretazione**” dei risultati.



IL PROFILO ARCHETIPALE DEGLI AVENTI DIRITTO AL VOTO IN ITALIA (50.731.312 POTENZIALI ELETTORI)



GLI ARCHETIPI RICORRENTI

(nuovi paradigmi della politica)



Il Fanciullo

(18,8% - circa 9,5 milioni di aventi diritto al voto)



Il Guerriero

(17,6% - circa 9 milioni di aventi diritto al voto)



Il Folle

(9,4% - circa 4,8 milioni di aventi diritto al voto)



Il Costruttore

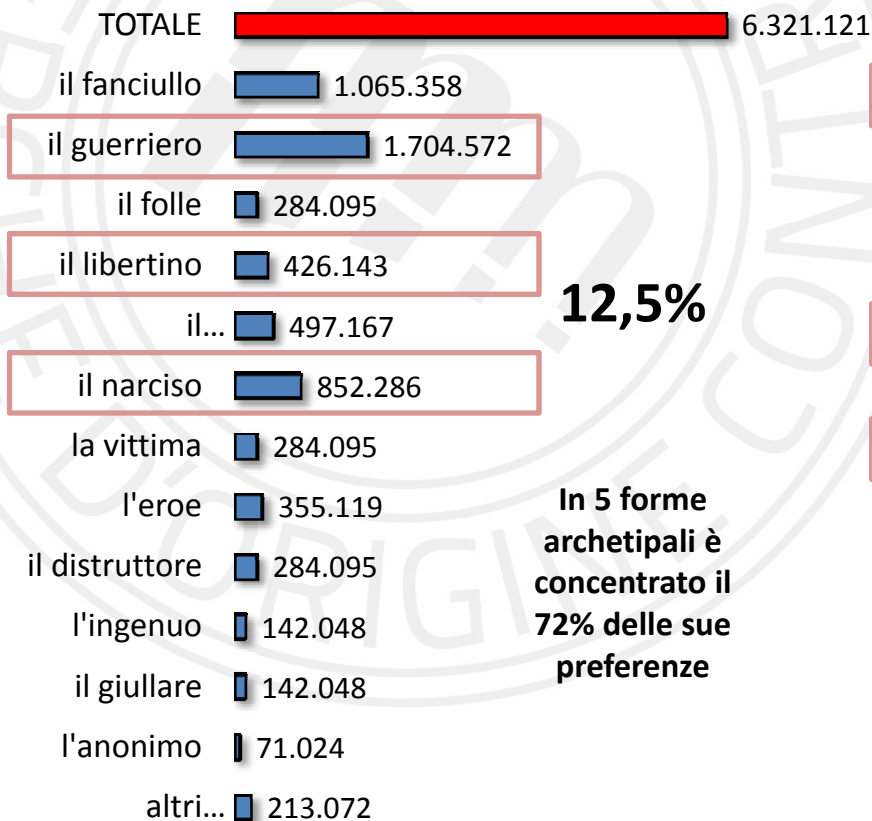
(8,2% - circa 4,2 milioni di aventi diritto al voto)



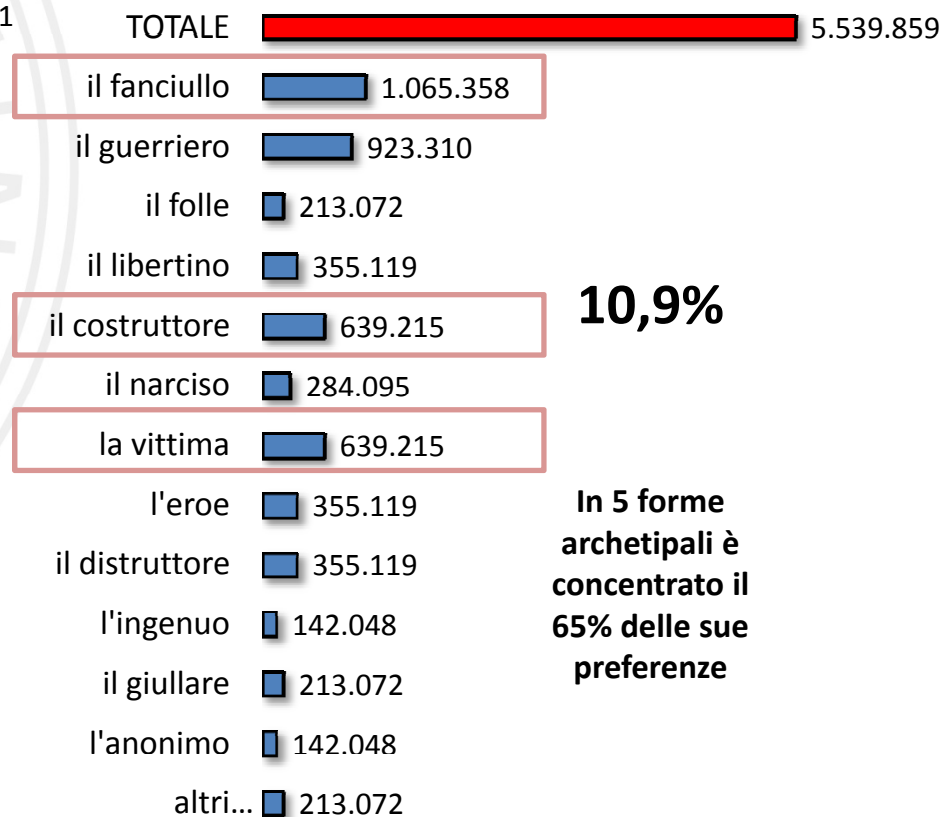
L'ANALISI PER ARCHETIPI PUO' FORNIRE UNA RISPOSTA



L'elettorato di Matteo Renzi



L'elettorato di Enrico Letta



IL PROFILO PERCEPITO DEL PERSONAGGIO POLITICO INFUISCE DI PIU' SULLA SCELTA DELL'ELETTORE



Adesso le leggerò una serie di caratteristiche che un personaggio politico potrebbe avere. Per ciascun attributo mi dica quale fra questi leader politici lo possiede più degli altri e quale lo possiede di meno.



IL PIU' ...

Innovatore
Brillante
Creativo
Diretto
Comunicativo

Capace
Onesto
Sincero
Competente
Autorevole
Comprensibile
Razionale

Rivoluzionario

IL MENO ...

**NESSUN
ELEMENTO
EMERSO**

Furbo
Brillante
Creativo
Diretto
Comunicativo

Capace
Competente
Autorevole
Comprensibile
Razionale

I FATTORI STRATEGICI DEL SUCCESSO DI RENZI

Le Configurazioni Archetipali



✓ **Un elettorato concentrato (5 Archetipi rappresentano il 72% del suo elettorato);**



✓ **Un elettorato concentrato su Archetipi “eroici” (meno influenzabili, più fedeli ad una linea politica – scelta di personalità);**



✓ **Le spiccate doti comunicative in grado di generare convincimenti valoriali forti sulla sua persona;**



✓ **Il suo Profilo di uomo politico, percepito dagli elettori come innovatore, brillante, creativo (caratteristiche richieste in epoca di crisi e di necessità di rinnovamento della politica);**



I FATTORI STRATEGICI DEL SUCCESSO DI LETTA

Le Configurazioni Archetipali



✓ **Un elettorato diffuso (5 Archetipi raggiungono a stento il 60% del suo elettorato);**



✓ **Un elettorato concentrato su Archetipi “solari” (molto influenzabili, con maggior bisogno di sicurezza e minor propensione alle responsabilità);**

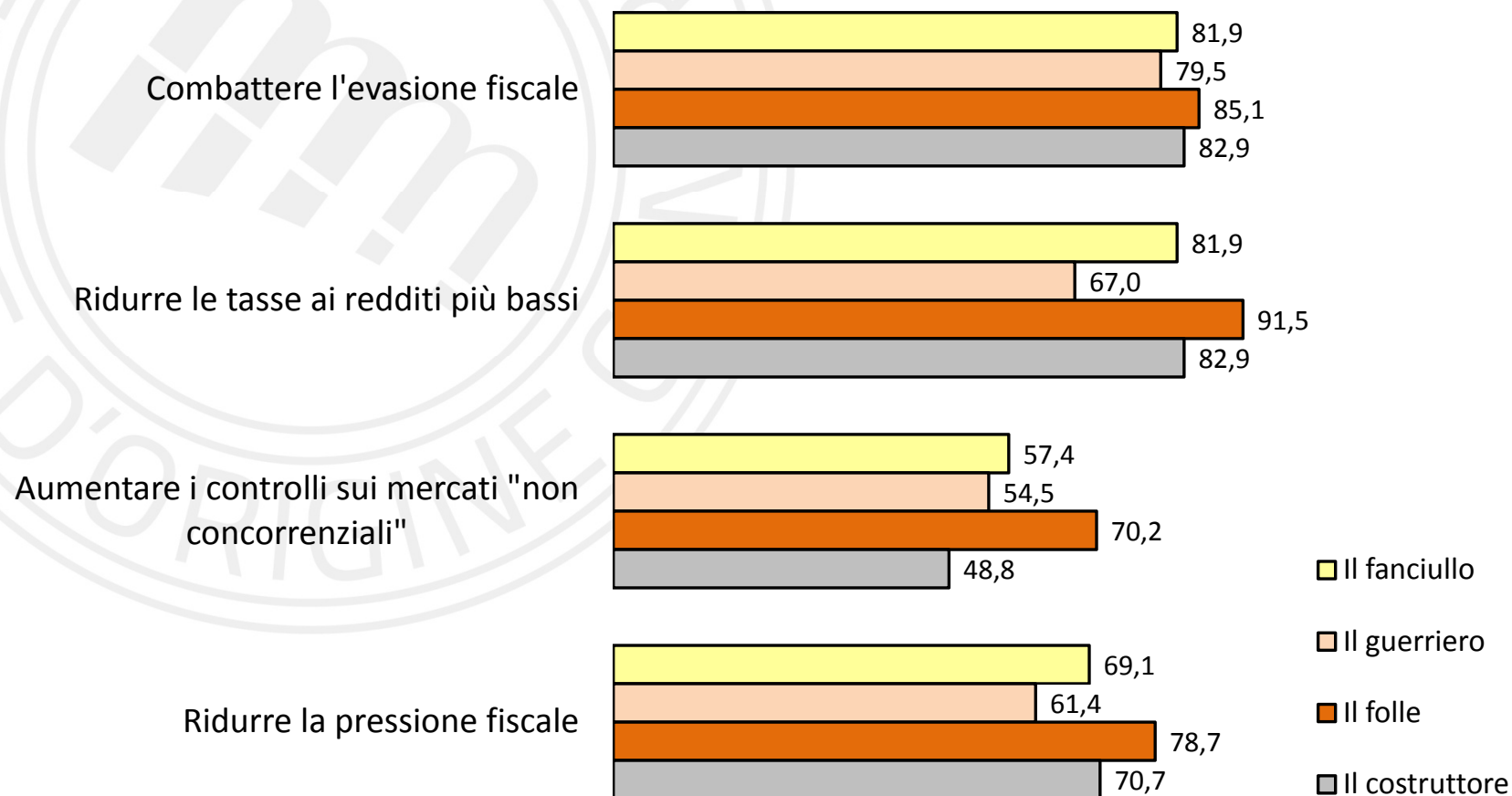


✓ **Il suo Profilo di uomo politico, percepito dagli elettori come onesto, sincero e competente (caratteristiche rassicuranti in un contesto politico caratterizzato dal distacco dalla politica);**

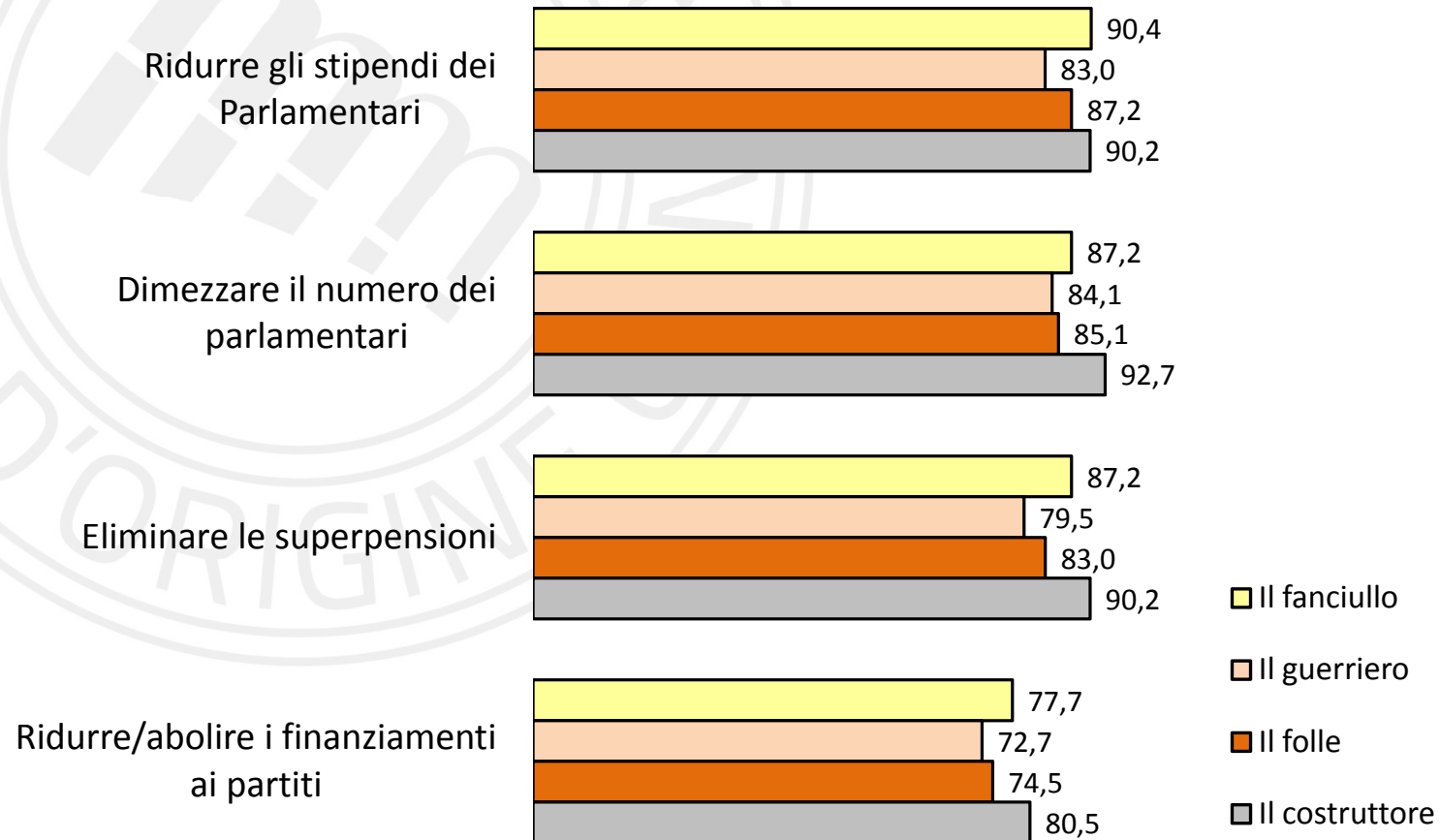


Affidabilità

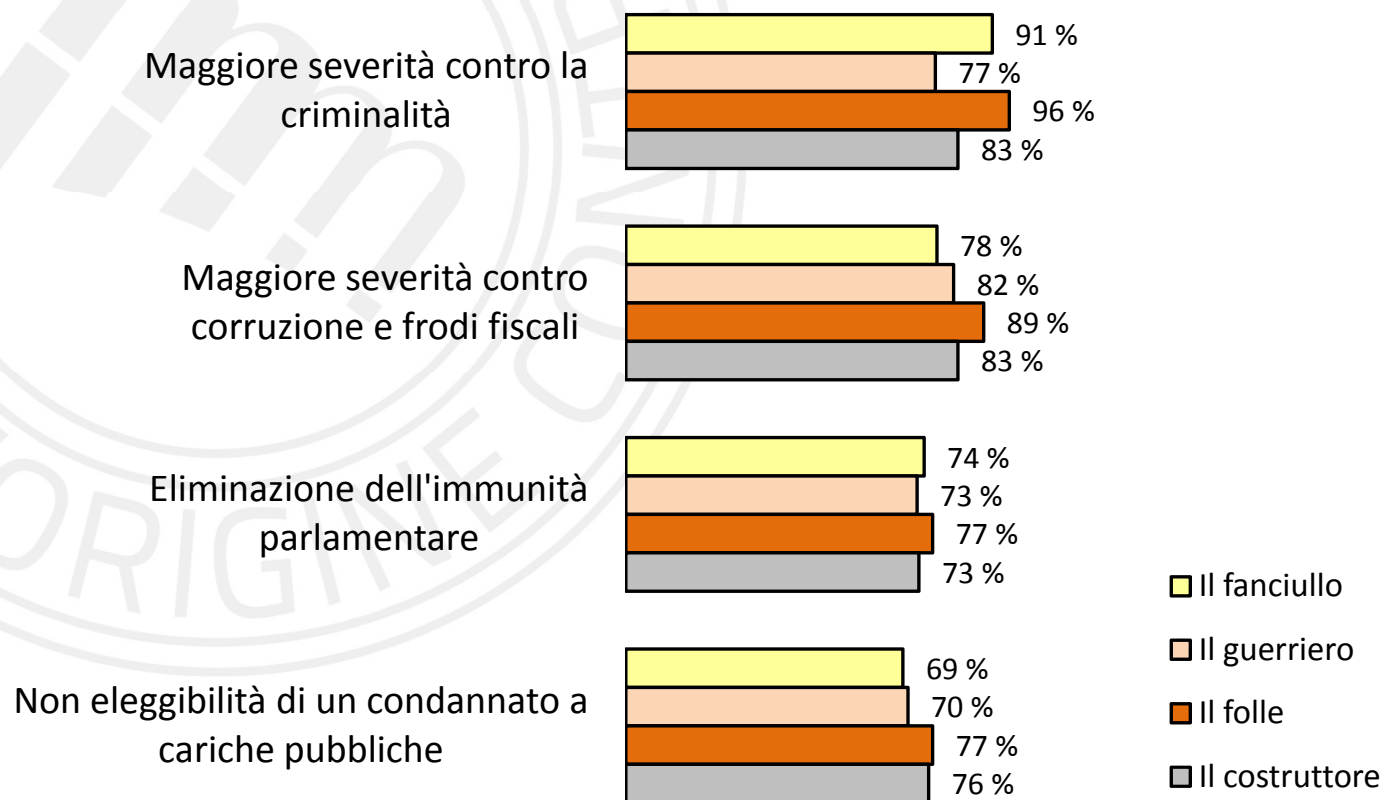
Le priorità delle Configurazioni Archetipali



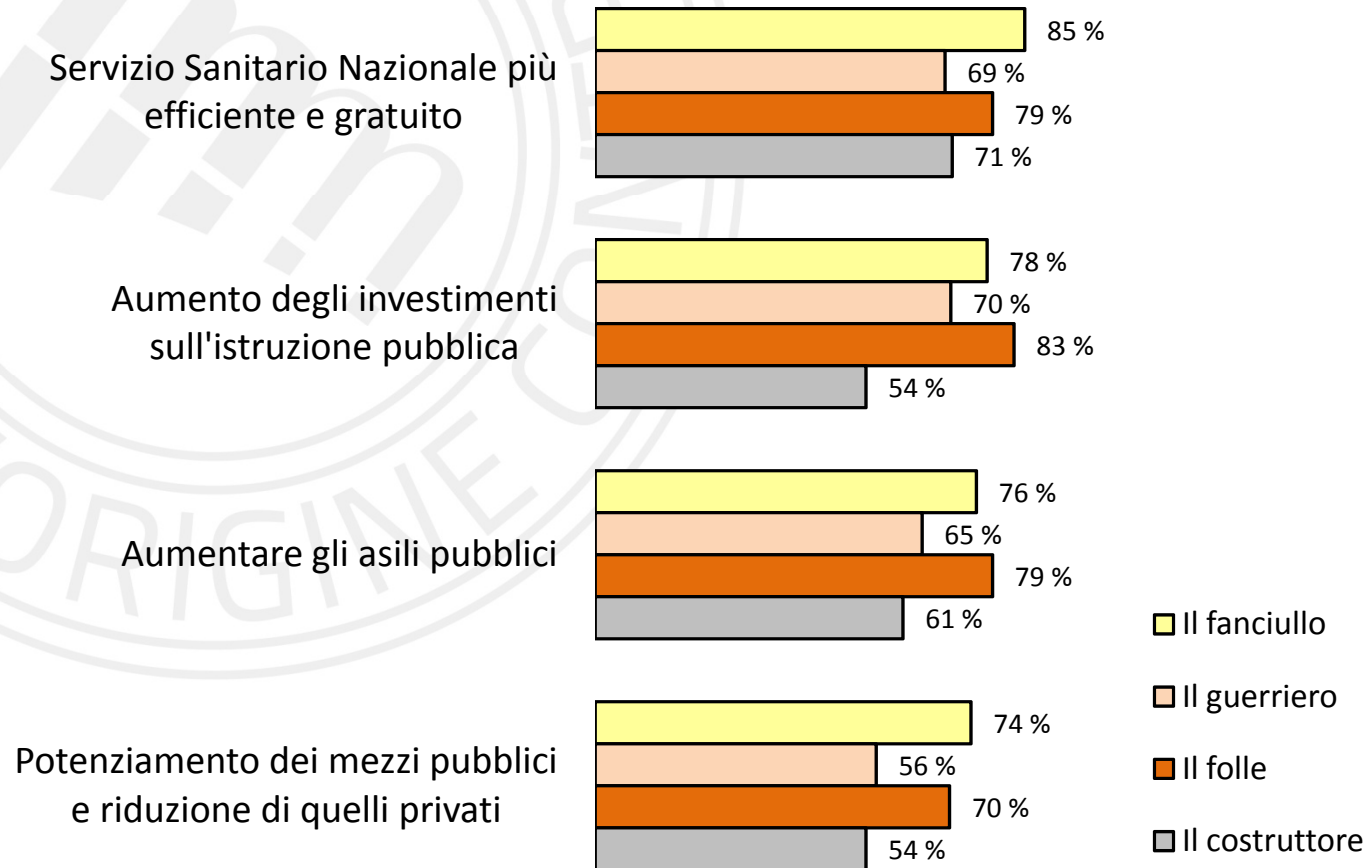
Le priorità delle Configurazioni Archetipali



Le priorità delle Configurazioni Archetipali



Le priorità delle Configurazioni Archetipali



A large, faint, circular watermark is centered on the page. It contains the text 'RICERCA D'ORIGINE' around the top and 'CENTRO' around the bottom. In the center of the circle is a stylized 'mm' logo, similar to the one in the top right corner.

***Grazie per l'attenzione
E buon lavoro***

g.siino@mm-r.it



MARKETING MANAGEMENT s.r.l.
20123 Milano via Falcone, 7 Tel. 02.86391470 Fax 02.30135036
90146 Palermo via Resuttana, 360 Tel. 091.519077 Fax 091.520349
www.mm-r.it ■ E-mail: segreteria@mm-r.it