



**G. Zaltman**

**Storie e Brand**

**Capitolo dieci**

**Andrea Farinet**



# 10. Archetipi e stereotipi

---

**L'ARCHETIPO**

Un' idea, un personaggio, un'azione, una situazione contenente **caratteristiche** essenziali **originarie, generali e universali** (i miti stagionali, l'eroe..)



## 10. Archetipi e stereotipi (*segue*)

---

Le storie su prodotti che racchiudono **archetipi** possono **attraversare culture o sottoculture**, mentre le storie che si basano su **stereotipi** mettono in evidenza un **contesto** e non una qualità profonda.

## 10. Archetipi e stereotipi (*segue*)

---

Gli esperti di marketing, che desiderano influenzare le storie che i clienti creano, dovrebbero **inventare storie imperniate sugli archetipi.**

## 10.1 Memoria, narrazione e sé

Ciò che ricordiamo, **il modo** in cui lo ricordiamo e **il motivo** per cui lo ricordiamo si basa in larga misura sul **nostro senso del sé**.

