

LE STRATEGIE DEL WORLD ECONOMIC FORUM PER VACCINARE TUTTI. Inquietanti Teorie di tre Guru del Marketing WEF

🌐 gospanews.net/2021/07/02/le-strategie-del-world-economic-forum-per-vaccinare-tutti-inquietanti-teorie-di-tre-guru-del-marketing-wef/

2 Luglio 2021



1.114 Views

“The pandemic represents a rare but narrow window of opportunity to reflect, reimagine, and reset our world”

La pandemia rappresenta una finestra rara ma ristretta di opportunità per riflettere, reimaginare e resettare il nostro mondo”

Klaus Schwab

articolo di **Michael Haynes**

Fonte originale in inglese: [LiFeSiteNews del primo luglio](#)

“Superare l’esitazione, la procrastinazione e il rifiuto del vaccino contro il COVID-19” è “la più grande sfida di comunicazione di marketing della nostra vita”, ha dichiarato di recente un articolo sul sito Web del World Economic Forum (WEF). Il pezzo è stato scritto da tre professionisti del marketing: Rohit Deshpandé, Sebastian S. Kresge Professor of Marketing presso la Business School di Harvard; Ofer Mintz della University of Technology di Sydney; e Imram Currim, Professore di Marketing presso la Paul Merage School of Business, Università della California, Irvine.

Il gruppo aveva condotto una ricerca su come combattere quello che hanno descritto come un “problema della domanda” per le iniezioni di COVID, con l’offerta che supera la domanda. Ciò li ha portati a suggerire “la creazione e l’implementazione di tali soluzioni per informare, persuadere e convincere i segmenti di clienti ad agire e riteniamo che questo tipo di approccio possa anche aumentare gli sforzi di comunicazione del vaccino COVID-19”.

Gli studiosi vogliono usare la psicologia per promuovere i vaccini, osservando come i clienti prendono decisioni in un processo di pensiero, sentimento e azione. L’intero processo viene replicato quando un individuo deve decidere di farsi un’iniezione di COVID-19, hanno dichiarato gli autori.

Mentre l’accento è stato posto sulla promozione della terza parte di questo processo – il “fare” o l’effettivo evento di vaccinazione stesso – il gruppo ha lamentato il fatto che fosse ancora necessario molto lavoro per convincere effettivamente quelli descritti come “il procrastinatore del vaccino, esitante e popolazioni rigettanti”.

Per convincere questo settore della popolazione, “dobbiamo concentrarci sulle fasi del “pensare” e “sentire” del processo decisionale”, hanno dichiarato gli esperti di marketing. Pertanto, Deshpandé, Mintz e Currim hanno elaborato tre raccomandazioni “per sradicare l’esitazione del vaccino”.

Conoscenza e disinformazione

I tre autori hanno chiesto una campagna contro la “disinformazione” sui vaccini, spiegando come affrontare il modo in cui le persone pensano al vaccino. Notando che molti di coloro che erano titubanti sull’iniezione credevano che fosse “precipitata, con effetti collaterali sottostimati”, il gruppo ha suggerito una politica di confronto diretto con queste persone. “Questo può essere affrontato dai leader locali in modo proattivo che raggiungano ed istruiscono gli scettici tramite media come telefonate, posta diretta, televisione, cartelloni pubblicitari e canali digitali”.

Tuttavia, questo da solo non è stato ritenuto sufficiente: “Approcci più assertivi” sono stati richiesti nella battaglia contro la cosiddetta “disinformazione sui vaccini, in particolare sui social media”. A tal fine, dovrebbero essere forniti “formazione e finanziamenti” per aiutare i professionisti medici o i gruppi senza scopo di lucro.

La guerra dei sentimenti

Coloro che si sono opposti all’iniezione hanno forti sentimenti contro di essa, hanno affermato i tre autori, e come tale “l’utilizzo di fonti di informazioni fidate da queste persone potrebbe migliorare i loro sentimenti sul vaccino”. In questo contesto, il WEF ha elencato “fornitori medici, leader politici e religiosi”, ma ha anche sottolineato l’importanza delle “comunità”.

I tre autori hanno suggerito una forma di paura emotiva da usare contro gli “scettici sui vaccini”. “Un altro modo per migliorare i sentimenti degli scettici sui vaccini è giocare con la paura di perdere l’occasione (FOMO), sia socialmente che economicamente”, ha scritto il gruppo.

Promozione incessante del vaccino

Il passaggio finale riguarda la disponibilità pratica del vaccino, in quanto gli autori hanno presentato una serie di suggerimenti alla popolazione. “Gli incentivi possono funzionare”, hanno scritto. Le imprese e gli stati potrebbero lanciare uno schema di incentivi ai vaccini “fornendo permessi retribuiti, prodotti gratuiti e omaggi della lotteria”.

Alcuni dei suggerimenti del WEF sono già stati implementati in diversi stati. Il governatore di New York Andrew Cuomo (D) ha offerto un biglietto della lotteria gratuito “vax and scratch” con un jackpot di \$ 5 milioni. I biglietti di solito costano \$ 20.

Il governatore repubblicano dell’Ohio Mike DeWine ha offerto ai residenti nel suo stato la possibilità di vincere \$ 1 milione di dollari per essersi presentati per un vaccino COVID, mentre i residenti della Virginia Occidentale sotto i 35 anni riceveranno un buono di risparmio di \$ 100 per essere vaccinati.

“Riteniamo che l’applicazione dell’approccio ‘pensa – senti – fai’ centrato sul paziente al problema della comunicazione del vaccino COVID-19 migliorerà gli sforzi per accelerare l’immunità di gregge globale”, hanno scritto Deshpandé, Mintz e Currim. “Garantire una riapertura e una ripresa economica sicure e superare questa significativa sfida sanitaria ed economica potrebbe dipendere da tali tattiche”.

Problemi di sicurezza ignorati

Nonostante si siano concentrati sulla promozione dei vaccini, gli specialisti di marketing non hanno considerato le legittime preoccupazioni che molti hanno riguardo alle iniezioni, compresi i professionisti medici.

Tra il 14 dicembre 2020 e il 18 giugno 2021, al Vaccine Adverse Event Reporting System (VAERS) del governo sono stati segnalati un totale di 387.087 eventi avversi totali, tra cui 6.113 decessi e 31.240 segnalazioni di lesioni gravi. “Dei 6.113 decessi segnalati al 18 giugno, il 23% si è verificato entro 48 ore dalla vaccinazione, il 16% si è verificato entro 24 ore e il 38% si è verificato in persone che si sono ammalate entro 48 ore dalla vaccinazione”, ha scritto The Defender.

Nel frattempo, lo scopo e l’efficacia delle iniezioni vengono messi in discussione, poiché oltre 4.100 persone sono state ricoverate in ospedale o sono morte per COVID-19, nonostante fossero completamente vaccinate, secondo i dati diffusi dai Centers for Disease Control and Prevention (CDC).

LifeSiteNews ha pubblicato un gran numero di articoli che evidenziano i numerosi problemi che circondano lo stesso COVID-19, nonché le preoccupazioni, gli effetti negativi e il dibattito che circondano le iniezioni sperimentali.

Michael Haynes
LiFeSiteNews