

Mecanismo do princípio da reciprocidade

Transcrição

Um dos desafios que a **Mirror Fashion** tem é justamente entender como funciona os princípios da influência justamente para ela se aproximar dos seus clientes, melhorando a sua persuasão.

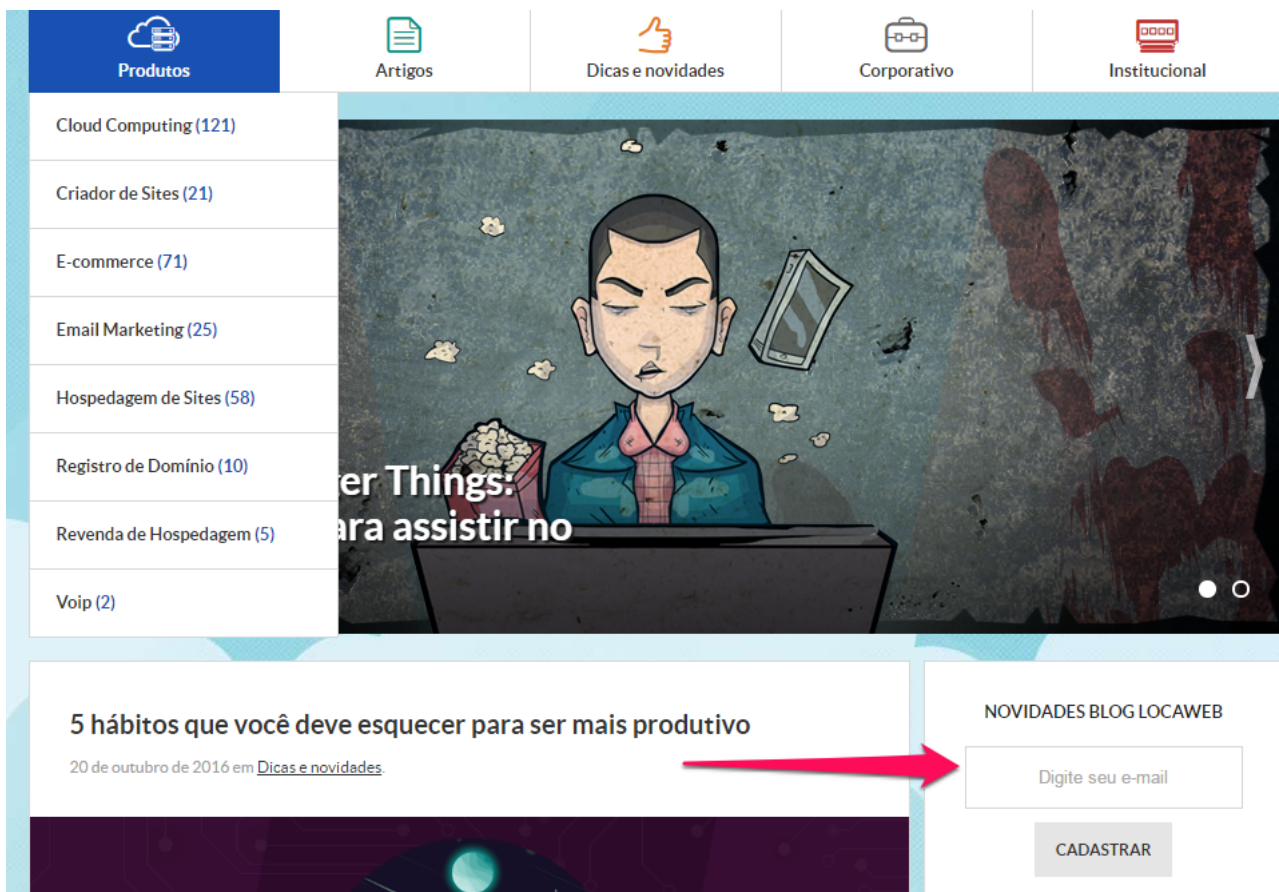
Repare que o blog tem algumas publicações, mas todas foram feitas no mesmo dia. Se acessamos a página pela primeira vez e gosto do conteúdo, posso até salvar nos meus favoritos, mas se eu retorno no blog depois e não vejo atualizações e novas publicações, as chances de excluir o endereço dos meus favoritos é maior.



Com isso, a *Mirror Fashion* perdeu a oportunidade de se aproximar de seu leitor e potencial cliente. Como nós podemos ajudar a *Mirror Fashion* a usar o blog para se aproximar dos seus leitores e futuros clientes?

Vamos dar uma olhada no blog da **Locaweb**, por exemplo. Há alguns artigos, algumas categorias, isso facilita meu acesso porque podemos ir direto ao que está relacionado com nossos interesses, há publicações constantes. Parece que eles possuem um cronograma que seguem à risca!

Temos a opção de inscrever nosso e-mail para **recebermos novidades do blog** por email.



O que me faria inserir o e-mail ou não?

Simple: o conteúdo do blog .

Por que o conteúdo? Eu posso ter um blog e postar uma vez a cada 6 meses, isso vai mudar alguma coisa para as pessoas? Agora se eu tenho um blog, com conteúdo atualizado constantemente, oferecemos conteúdo e ferramentas para que os leitores queiram fazer parte da lista. A cada publicação nova, vamos receber um e-mail da Localweb avisando que existem novos post no blog. Este é um recurso bacana!

Já parou para pensar quais são os blogs lê frequentemente, aqueles que você assina a newsletter? Ou aqueles que você olha periodicamente? Quando nós ficamos interessados com o conteúdo compartilhado pelo blog, nós fazemos parte da lista deles. A diferença é que, quando tem conteúdo relevante para mim, com certeza eu vou querer acompanhar esse blog. Quando não existe conteúdo de qualidade e relevantes, a chance de esquecermos esse blog e procurar uma outra opção é maior.

Vamos dar uma olhada no blog do [João Lurato \(https://joaoluratoblog.wordpress.com/\)](https://joaoluratoblog.wordpress.com/).

O João teve a ideia de compartilhar artigos que possam ajudar os seus leitores. Um deles é esse: "[6 dicas para uma vida saudável sem ser chato \(https://joaoluratoblog.wordpress.com/2016/09/21/6-dicas-para-uma-vida-saudavel-sem-ser-chato/\)](https://joaoluratoblog.wordpress.com/2016/09/21/6-dicas-para-uma-vida-saudavel-sem-ser-chato/)".

Neste artigo, ele se preocupou em criar essas seis dicas e pode ser interessante para algumas pessoas. Entretanto, devemos olhar para esse conteúdo de maneira mais estratégica. É importante pensar em como nós vamos ajudar as pessoas, e o João acabou falhando nisso por ter ido muito direto ao ponto. Faltou mostrar o caminho que as pessoas devem seguir para conquistar o "corpo perfeito". A maioria das pessoas preferem encontrar um conteúdo mais **receita**.

Pensei sobre como posso ajudar as pessoas a serem mais saudáveis, mas sem que isso torne as pessoas chatas.

Mudança de hábitos leva-se tempo, mas se você quer, você consegue.

Yes, you can!

1. Aceite-se como você é agora. "Eu jogava basquete super bem! Juro!"

Se você não está fazendo nada há 3 meses, você é sedentário. Assuma, engula o choro e se situe.

2. Contenha-se, o mundo não está tão efusivo com sua mudança de hábitos.

"Pessoal, a batata frita agora vai virar, todos os dias, chips de batata-doce. Agradeçam ao Jonas aqui".

Mandar e-mail pra empresa toda pedindo pra mudar o arroz branco por integral é forçar a sua batalha ou seu novo estilo de vida aos outros.

3. Comece agora! "E fuja da eterna volta do seu "eu" de domingo." Essas atitudes devem

acontecer agora, na próxima refeição, na próxima hora, no fazer ou não o exercício diário.

Temos um exemplo melhor com o artigo [O dia-a-dia de um profissional que aprende: o calendário de estudo](http://blog.alura.com.br/o-dia-a-dia-de-um-profissional-que-aprende-o-calendario-de-estudo/) (<http://blog.alura.com.br/o-dia-a-dia-de-um-profissional-que-aprende-o-calendario-de-estudo/>) publicado no blog da Alura. Observe que se trata de um artigo relativamente curto, mas também direto ao ponto. O Guilherme Silveira compartilhou um problema (falta de tempo) e sugestões de como as pessoas poderiam lidar com isso.

BLOG

alura

FRONT-END

PROGRAMAÇÃO

MOBILE

BUSINESS

DESIGN E UX

INFRA

CONHEÇA A ALURA

C

Colega Adriano para estudar todos os dias no próximo ano.

Quer fazer um convite para você... entre agora em um site de cursos como o Alura, ou em uma site de livros como a Casa do Código. Escreva o nome de 5 cursos ou livros, compre uma agenda e anote cada um em um dia da semana nas próximas 4 semanas.

Por exemplo, se hoje é segunda-feira, dia 4:

4, segunda - Curso 1 - Web Design com Photoshop

5, terça - Curso 2 - Certificação Java I

6, quarta - Curso 3 - Mail marketing

7, quinta - Livro 1 - Desenvolvendo para Android

8, sexta - Livro 2 - HTML 5 e CSS 3

11, segunda - Curso 1

12, terça - Curso 2

13, quarta - Curso 3

14, quinta - Livro 1

15, sexta - Livro 2

18, segunda - Curso 1

19, terça - Curso 2

20, quarta - Curso 3

21, quinta - Livro 1

22, sexta - Livro 2

25, segunda - Curso 1

26, terça - Curso 2

27, quarta - Curso 3

28, quinta - Livro 1

29, sexta - Livro 2

Quem busca ser mais produtivo, organizado, pode achar muito interesse esse tipo de artigo, certo? Repare na quantidade de comentários do post (até o momento da gravação tinha 48), diversas pessoas demonstraram apreço pelo conteúdo.

O **conteúdo estratégico** deixa claro para as pessoas que não existe uma fórmula mágica, porém, se elas precisarem de uma ajuda para começar, elas podem experimentar "seguir a receita".

Mas qual é a relação que conseguimos fazer entre essas ações com o Marketing?

Temos uma tendência natural de querer retribuir o que nos gera valor de alguma maneira. Para o contexto da aula, antes de pedirmos o e-mail das pessoas no meu blog, é melhor oferecermos algo que agregue valor para elas e a partir disso, começaremos a construir um laço com as pessoas. Conseguir os e-mails será consequência.

Uma das maneiras de estabelecermos essa conexão é usando o **princípio da reciprocidade**, ou seja, quando ofereço algo de valor, as pessoas tendem a retribuir um favor dentro desse contexto. O exemplo da lista de e-mails se encaixa. Antes de criarmos uma lista com os contatos, esperando ter uma comunicação mais direta com os leitores, pense: "O que eu posso oferecer para convencê-los a cadastrar os seus e-mails?".

A partir do momento que isso se torna claro para você, para a sua empresa, para o seu negócio, o vínculo com o leitor é fortalecido, e mais tarde, ele pode se tornar um novo cliente. Queremos ter visibilidade nos sites, nos blogs, queremos aumentar a nossa rede de clientes, com certeza! Mas antes, precisamos entender quais são os mecanismos que podemos utilizar a favor dessas estratégias. A **reciprocidade** é um mecanismo de muito sucesso.

Você pode fazer essa reflexão:

- Qual é o meu objetivo?
- Por que eu quero ter um blog?
- Como a reciprocidade pode melhorar a relação com os meus leitores?

A partir disso, começaremos a gerar demanda. Crie um conteúdo relevante, que faça você ganhar seguidores, e as chances de você conquistar mais clientes aumentam. É um ciclo que podemos alimentar de acordo com os nossos interesses.