

02

Exemplos do princípio de persuasão da prova social

Transcrição

Vamos dar uma olhada no site da [Alura](https://www.alura.com.br/) (<https://www.alura.com.br/>). Ao clicarmos nas categorias, observaremos que há vários cursos, separados por carreiras. Também os cursos podem ser encontrados facilmente. Isso é uma forma de mostrar o "cardápio" que a Alura oferece. Mas quero destacar que, além dos depoimentos colaborarem como prova social, a opinião dos alunos exibida na página inicial gera a curiosidade no potencial cliente.

Se chegarmos ao final da página, teremos a informação de que a Alura tem mais de 400 cursos e outros dados como o número total de aulas e exercícios. Essas informações estão exibida por uma razão: prova social!

A empresa quer demonstrar que existe uma comunidade engajada com a plataforma, que existe um público que estuda e participa. Levando isso para os princípios de influência, veremos que as informações funcionam muito bem como prova social.

Outro exemplo de prova social é o uso de depoimentos em formato de vídeo. Vamos acessar o site [odontogape.com.br](https://www.odontoagape.com.br/) (<https://www.odontoagape.com.br/>). Temos a aba de "Depoimentos", na qual cada depoimento tem um texto e um vídeo do cliente contando como foi sua experiência e o resultado que teve.

Os clientes conseguiram contextualizar o depoimento em formato de vídeo, isso pode ser uma maneira de melhorarmos a prova social, deixando-a mais interessante e verídica. Quando procuramos uma clínica odontológica para fazer um clareamento, ou algum tipo de tratamento, eu vou dar mais atenção para o site da clínica, vou ter um interesse maior em visitar a clínica e, talvez, queira preencher um formulário de agendamento de avaliação.

Um simples vídeo pode despertar o interesse e persuadir alguém a tomar uma decisão. Isso é o princípio de influência. Neste caso, vemos como essas provas podem nos aproximar de nossos clientes.

Vamos ver um outro exemplo no site guiadaboafoma.com.br (<http://guiadaboafoma.com.br/>). O site nos informa que existem mais de 150.000 leitoras que acompanham a página e a blogueira usou esse número para gerar prova social.

Um outro exemplo é a loja [Kabum!](https://www.kabum.com.br/) (<https://www.kabum.com.br/>). Temos várias opções de produtos eletrônicos e de outros setores. O interessante é a quantidade de opinião dos produtos que, geralmente, são de 5 estrelas e isso significa que elas estão muito satisfeitas com os produtos.

Se estou procurando informações sobre um produto A e um produto B, posso realizar a pesquisa em qualquer site. Entretanto, após ler uma lista enorme de opiniões sobre o produto buscado, você acaba se sentindo mais confiante sobre a compra, porque já conheceu os pontos positivos e negativos.

A prova social faz isso com as pessoas, permite que elas se sintam mais confiantes e façam compras mais conscientes. Permite que usemos depoimentos a favor da nossa estratégia, mas sempre com ética e transparência.

Outra empresa que faz o uso do princípio da influência da prova social de uma maneira brilhante é [Amazon](https://www.amazon.com.br/) (<https://www.amazon.com.br/>)!

Podemos ver as avaliações dos clientes em cada página de produto. Observe que também temos a opção de informar se você achou útil a opinião de alguém, e isso fará com que esses depoimentos tenham preferência para serem mostrados.

