



MÓDULO 1, AULA 06

**COMO
CONQUISTAR
O CLIENTE
RACIONAL E
EMOCIONAL**

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTA AULA

- Os dois tipos de clientes que vão ler a sua copy;
- Por que recursos emocionais não funcionam para todo mundo;
- Como escrever copies eficazes para cada tipo de cliente.

RACIONAL VS. EMOCIONAL

Nem todo mundo compra por emoção. Algumas pessoas simplesmente não vão ver apelo em boa parte dos gatilhos mentais. Essas pessoas, conhecidas como racionais, precisam de uma abordagem diferente na copy.

Pessoas racionais deixam de comprar por pensar demais e acabam precisando de mais convencimento, enquanto as emocionais agem por impulso e não precisam pensar muito.

Tomando como exemplo um iPhone:

um emocional vai querer comprar pela exclusividade e pela novidade;

um racional se pergunta “para que?”, “meu celular ainda me serve bem”.

Essas diferenças não significam maior ou menor dificuldade, mas a necessidade de usar recursos diferentes.

ELEMENTOS QUE FUNCIONAM PARA O CLIENTE RACIONAL

Depoimentos longos de quem já comprou, inclusive em vídeo;

Imagens, gráficos, vídeos, números e estatísticas;

Evidências científicas (ou publicações em jornais);

Apelo a segurança (fale da garantia em caso de insatisfação)

Gatilhos que mais funcionam:

- Autoridade (prove que sabe do assunto e tem resultados);
- Especificidade (fale em números, porcentagens, dias, quilos perdidos);
- Prova social (mostre muitos depoimentos);
- Urgência (não dê tempo para muitas considerações).



ELEMENTOS QUE FUNCIONAM PARA O CLIENTE EMOCIONAL

Headlines muito chamativas, impactantes;

Destaques ao longo do texto (frases em fonte maior, cores diferentes, negritos) - emocionais provavelmente não vão ler todo o texto;

Textos circulados (trechos importantes);

Listas (informação mais leve);

Subtítulos (abaixo das headlines);

Caixas com depoimentos;

Vídeos (para atender quem não vai ler).

O QUE FAZER AGORA

Copy Playground

Se imagine no lugar de alguém que precisa vender um **curso de conserto de celulares** online. Quais elementos você usaria para um cliente racional? E para um emocional?

Pense nos elementos que teriam mais apelo para cada perfil:

Fique tranquilo (a), ao final do treinamento você será capaz de escrever sua copy e poderá praticar todos os elementos!