

Gatilhos Mentais

São estímulos que o cérebro recebe, capazes de persuadir as pessoas na tomada da decisão.

Precisamos descobrir quais emoções estimular para alcançar o se objetivo; e encontrar o gatilho que melhor se encaixa na estratégia

- Novidade
- Ganância
- Curiosidade
- Prova Social
- Escassez

O gatilho da escassez funciona muito bem, pois geralmente está ligado ao sentimento de perda. É algo como "Se eu não comprar agora, vou perder essa chance".

Para colocar o gatilho em prática, devemos agregar valor ao produto ou serviço oferecido, a partir da limitação dele. Isso funciona porque o inconsciente costuma associa que quanto mais difícil é conseguir determinado objeto, mais valioso ele é.

Mas o ponto é que, para funcionar, é preciso estabelecer uma escassez real. Se o seu público perceber que você utiliza o recurso com muita frequência, ele perde a efetividade como argumento de venda.

## Gatilhos Mentais

**1. São estímulos que o cérebro recebe, capazes de persuadir as pessoas na tomada da decisão. Precisamos descobrir quais emoções estimular para alcançar o seu objetivo; e encontrar o gatilho que melhor se encaixa na estratégia**

### 1.1. Novidade

1.1.1. A novidade incentiva a ação. Por que você acha que a Apple investe tanto em lançamentos? As pessoas querem ser as primeiras a experimentar o produto, pelo simples fato de ter algo inédito no mercado...

### 1.2. Ganância

1.2.1. Para você entender melhor, lembre-se de todas as coisas que comprou sem precisar, simplesmente por achar que estava diante de uma oportunidade imperdível... uma barganha. Foi nesse momento que você caiu no gatilho mental da ganância. Quem nunca achou que estava fazendo um excelente negócio a receber a batata grande do McDonald's por apenas R\$2 a mais?

### 1.3. Curiosidade

1.3.1. O uso deste gatilho aguça a curiosidade do público, mantendo os interessados no produto ou serviço. É a curiosidade que fará com que as pessoas busquem mais informações sobre o que você está divulgando, fazendo-as assistirem vídeos, clicar em links, assinar um newsletter etc.

### 1.4. Prova Social

1.4.1. Dizem que a vida é feita de escolhas... E nós não queremos escolher qualquer coisa! Sempre que vamos comprar algo, tendemos a buscar mais informações sobre o produto ou serviço, normalmente baseadas na opinião de grupos que já tiveram que tomar essa mesma decisão.

1.4.1.1. Para colocar esse gatilho em prática, compartilhe depoimentos dos seus clientes, seja em vídeo ou em texto, e utilize as redes sociais para colher o feedback dos seus seguidores. Outro ponto importante é fazer uso de números significativos (e reais!!!), por exemplo: Compre AGORA o livro que já ajudou 100 mil pessoas a alavancarem as vendas com o uso dessa técnica infalível!

### 1.5. Escassez

1.5.1. O gatilho da escassez funciona muito bem, pois geralmente está ligado ao sentimento de perda. É algo como "Se eu não comprar agora, vou perder essa chance".

1.5.1.1. Para colocar o gatilho em prática, devemos agregar valor ao produto ou serviço oferecido, a partir da limitação dele. Isso funciona porque o inconsciente costuma associar que quanto mais difícil é conseguir determinado objeto, mais valioso ele é.

1.5.1.1.1. Mas o ponto é que, para funcionar, é preciso estabelecer uma escassez real. Se o seu público perceber que você utiliza o recurso com muita frequência, ele perde a efetividade como argumento de venda.

