

# 28 Gatilhos Mentais Mais Poderosos

- Fatores motivacionais envolvidos no desenvolvimento da experiência gerada para clientes em potencial
- Pessoas compram pelas emoções e justificam pela razão
- Usamos gatilhos para provocar ações e ações que desejamos
- Usados para mostrar valor
- O que são?

- As pessoas adoram história e saber da vida dos outros
- Antecipação
- Sempre use a palavra porque, prende a atenção das pessoas e elas ficam mais suscetíveis a aceitar
- Prova Social
- Escassez
- Autoridade
- Passa sua informação através de uma história, envolva a pessoa
- Desde pequeno aprendemos através de histórias, pois prende nossa atenção
- Usar no final da sua oferta
- Evento
- Interrupção de padrões
- Ser Proativo

Incentivar a pessoa a clicar em comprar, assinar ou cadastrar

Usados para apresentar sua oferta para que seja vendida

Compromissos públicos tendem a ser duradouros

## Tipos de Gatilhos

- Porque
- História
- Reciprocidade
  - Pense sempre no que você pode oferecer para seu cliente de graça
  - Quando você for vender algo, ele está te esperando de braços abertos
  - E se sentirá na obrigação de retribuir ao que você deu a ele e muitas vezes é comprando seu produto.
  - Exemplos: Amostras Grátis, Teste por 30 dias
- Prova
  - Procure sempre demonstrar que o que você está falando é verdade
  - Pode ser através de Dados, referências
  - Facebook
  - Muitos Curtir na Página
  - Ou Testemunhos
  - Video
  - Depoimentos em blog
  - Comentários
  - Interação/ Conversa
    - É normal do ser humano gostar mais de falar, do que ouvir
    - As pessoas prestam mais atenção em conversas do que lições cheia do regras
    - Se você abrir um canal de interação, as pessoas estarão aptas a adquirir algo
  - Carisma
    - As pessoas costumam comprar com quem se identificam
    - Comprometimento e Consistência
- Credibilidade
  - Procure sempre demonstrar e provar sua credibilidade
  - Suprenda as pessoas com o que elas não esperam
- Supresa
- Comunidade
  - Limitar Tempo, Quantidade, Vagas
  - Agimos de acordo como as pessoas agem, é natural da nossa civilização.
- Gere reciprocidade
- Polêmica
  - Celebridade/ Mostre-se Interessante
- Emoção
  - Você deve mostrar o quanto o seu produto irá deixar bem a pessoa após obter
  - Fale todas as vantagens e benefícios que seu produto irá trazer para a vida da pessoa
  - O quanto ela irá economizar de tempo, dinheiro
- Segurança
- Repetição
- Fatos de Terceiros
- Crenças
- Intimidade
- Exclusividade

## **28 Gatilhos Mentais Mais Poderosos**

### **1. Autoridade**

- 1.1. As pessoas seguem autoridades, já viu o comercial do Tigre: Quem usa Tigre é autoridade no assunto.
- 1.2. Na escola você aceita autoridade do professor, na dentista a do seu dentista e assim por diante.
- 1.3. Para ser autoridade na internet, você deve fornecer um conteúdo relevante as pessoas.
- 1.4. Exemplos: Tigre, Omo, Médicos,

### **2. As pessoas adoram história e saber da vida dos outros**

### **3. Passe sua informação através de uma história, envolva a pessoa**

- 3.1. Incentivar a pessoa a clicar em comprar, assinar ou cadastrar

### **4. Usar no final da sua oferta**

### **5. Desde pequeno aprendemos através de histórias, pois prende nossa atenção**

- 5.1. Usados para apresentar sua oferta para que seja vendida
- 5.2. Compromissos públicos tendem a ser duradouros

### **6. Evento**

- 6.1. As pessoas adoram evento, pois se conectam com outras pessoas e conhecem pessoas melhores que elas.
- 6.2. Muitas pessoas participam de evento apenas para interagir ou dizer que foi
- 6.3. Faz parte de um ritual e rituais é uma das melhores experiências que podemos participar. Pense nos rituais religiosos

### **7. Interrupção de padrões**

- 7.1. Urgência
  - 7.1.1. Instintivo
- 7.2. Sempre
- 7.3. Estamos acostumados com o padrão da web
- 7.4. Quebre o padrão e ganhe a atenção
- 7.5. Procure fornecer conteúdo novo

### **8. Ser Proativo**

### **9. Antecipação**

- 9.1. É a lei do mercado, tudo que vai acabar, as pessoas querem mais e pagam mais
- 9.2. É um dos gatilhos mais poderosos, porque prende a atenção das pessoas.
- 9.3. Toda vez que você deixa uma lacuna na cabeça das pessoas, ela fica ansiosa e precisa preencher logo
- 9.4. Quando você está assistindo Tv e fala, pela primeira vez na Televisão, você não quer assistir?
- 9.5. Assim agente deixa a pessoa ansiosa, querendo aquilo que você está dizendo

## **10. Sempre use a palavra porque, prende a atenção das pessoas e elas ficam mais suscetíveis a aceitar**

### **11. Prova Social**

11.1. Pessoas procuram saber o que as outras pessoas estão achando ou fazendo, antes de tomar atitudes

11.2. Procure demonstrar carisma nos seus vídeos

### **12. Escassez**

12.1. Mesmo que sua história não seja muito empolgante, usando o porque você terá mais chances

12.2. Sempre que for anunciar um produto, gere escassez, mas o torne real.

12.2.1. Criar comunidades online é muito importante, pois reuni as pessoas para compartilhar informações e as pessoas gostam muito

12.2.2. Você deve mostrar a seu cliente que ele não está sozinho, através de depoimentos, comunidades e muitos "Curtir" no Facebook

### **13. Tipos de Gatilhos**

13.1. Porque

13.2. História

13.3. Reciprocidade

13.3.1. Pense sempre no que você pode oferecer para seu cliente de graça

13.3.1.1. Quando você for vender algo, ele está te esperando de braços abertos

13.3.2. E se sentirá na obrigação de retribuir ao que você deu a ele e muitas vezes é comprando seu produto.

13.3.3. Exemplos: Amostras Grátis, Teste por 30 dias

13.4. Prova

13.4.1. Procure sempre demonstrar que o que você está falando é verdade

13.4.2. Pode ser através de Dados, referências

13.4.2.1. Facebook

13.4.2.1.1. Muitos Curtir na Página

13.4.3. Ou Testemunhos

13.4.3.1. Video

13.4.3.2. Depoimentos em blog

13.4.4. Comentários

13.4.5. Interação/ Conversa

13.4.5.1. É normal do ser humano gostar mais de falar, do que ouvir

13.4.5.2. As pessoas prestam mais atenção em conversas do que lições cheia do regras

13.4.5.3. Se você abrir um canal de interação, as pessoas estarão aptas a adquirir algo

#### 13.4.6. Carisma

13.4.6.1. As pessoas costumam comprar com quem se identificam

13.4.6.2. Comprometimento e Consistência

13.4.6.2.1. Pois assim você poderá cobrá-las no futuro

13.4.6.2.2. Se estiver ao vivo, pergunte as pessoas se elas se comprometem com o que está em jogo.

13.4.6.2.2.1. Não preciso nem dizer que polêmicas, prendem a atenção das pessoa

13.4.6.2.3. Algo especial acontece quando as pessoas colocam seus compromissos no papel, elas honram aquilo que escrevem

13.4.6.2.4. Pessoas são curiosas

#### 13.5. Credibilidade

13.5.1. Procure sempre demonstrar e provar sua credibilidade

13.5.2. Suprenda as pessoas com o que elas não esperam

#### 13.6. Supresa

#### 13.7. Comunidade

13.7.1. Limitar Tempo, Quantidade, Vagas

13.7.2. Agimos de acordo como as pessoas agem, é natural da nossa civilização.

#### 13.8. Gere reciprocidade

#### 13.9. Polêmica

13.9.1. Celebridade/ Mostre-se Interessante

13.9.1.1. Você deve gerar um comprometimento com as pessoas

13.9.1.2. Procure ser diferente e apresentar algo interessante

13.9.1.3. Seja visto como diferente

13.9.1.4. É mais fácil do que você imagina

13.9.1.5. Não seja previsível

13.9.1.5.1. Dar mais do que esperamos

#### 13.10. Emoção

13.10.1. Você deve mostrar o quanto o seu produto irá deixar bem a pessoa após obter

13.10.1.1. Fale todas as vantagens e benefícios que seu produto irá trazer para a vida da pessoa

13.10.2. O quanto ela irá economizar de tempo, dinheiro

#### 13.11. Segurança

13.11.1. Uma das mais importantes

13.11.2. Preferem a infelicidade à insegurança

13.11.3. Dar alguma garantia

13.11.4. As pessoas tendem a ser consistentes com o que se comprometeram no passado

#### 13.12. Repetição

13.12.1. Como você faz, quando quer aprender algo novo?

13.12.2. Quando você repete os benefícios do seu produto, isso estimula o cérebro das pessoas a gravar seu produto

13.12.3. Jingles, Ipanema

#### 13.13. Fatos de Terceiros

13.13.1. Quando temos que fazer algo rápido, com urgência, agente não pensa muito

13.13.2. Estatística

13.13.3. "E não fui eu que inventei isso"

#### 13.14. Crenças

13.14.1. As pessoas tendem a seguir outras que acreditam nos mesmos ideais e que tem os mesmos valores

#### 13.15. Intimidade

13.15.1. Procure estar intimo das pessoas

13.15.2. Estar próximo

13.15.3. Multi-Canal

13.15.3.1. As pessoas tendem a confiar mais naquelas que elas encontraram em diversos ambientes

#### 13.16. Exclusividade

13.16.1. Já leu a importância das comunidades

13.16.2. As pessoas adoram se sentir Vips

#### 13.17. Precisão

13.17.1. Seja preciso, quanto mais melhor.

13.17.2. Porque torna as informações mais seguras, confiáveis, passando mais credibilidade

13.17.3. Exemplo

13.17.3.1. 1: Se você vende bolo e alguém perguntar quantos sabores você tem, não diga mais de 10 sabores, diga: temos 14 sabores esperando você. Escolha um

13.17.3.2. 2: Se você vende algum tipo de serviço e alguém pergunta, não fale fica entre 300 e 500. Fale o valor da hora é R\$ 447,00 e você consegue fazer tal e tal coisa em uma hora de serviço.

13.17.3.3. 3: A mesma coisa com preço de produtos, nunca pratique valores inteiros ou próximos, R\$ 49,90, por que nosso cérebro lê R\$ 50,00. Use valores como: R\$ 984,00 ou 47,00.

**14. Usamos gatilhos para provocar ações e ações que desejamos**

**15. Usados para mostrar valor**

**16. Fatores motivacionais envolvidos no desenvolvimento da experiência gerada para clientes em potencial**

**17. Pessoas compram pelas emoções e justificam pela razão**

**18. O que são?**