

02

2- Gatilho e Marketing

Transcrição

[00:00] E aí vem uma pergunta: qual é a relação entre os gatilhos e o marketing? Quanto mais forte estiver uma marca, um produto, um serviço, presente na mente das pessoas, maior serão as chances delas se lembrarem e comprarem alguma coisa. E uma das maneiras que as empresas podem fazer isso é fomentar o boca a boca dela. Ou seja, fazer com que mais pessoas conheçam seus produtos e compartilhem com a sua rede.

[00:26] Afinal de contas, nós podemos ser mais influenciados por opiniões de pessoas que nós conhecemos, como vimos no curso de princípios de influência. Bom, eu tenho dois exemplos para compartilhar com vocês que aconteceram comigo. O primeiro foi o Agora Pulse PT. Eles têm uma plataforma de agendamento de publicações em redes sociais e mandaram uma mensagem pelo Twitter me convidando para eu conhecer a plataforma e também, consequentemente, divulgar essa experiência que eu tenho com eles.

[00:56] E outro convite também que surgiu através do Twitter foi uma empresa que me procurou para fazer uma parceria, onde eu poderia conhecer uma plataforma que eles tinham.

[01:06] E olha que interessante: eu não sou aquelas pessoas famosas que vemos por aí que têm milhares ou milhões de seguidores nas redes sociais, mas eles podem ter adotado, provavelmente, a estratégia de procurar profissionais que atuam na área de redes sociais que muito provavelmente precisam de uma plataforma para fazer o agendamento nessas redes sociais e deixá-las experimentarem.

[01:32] Então aqui nós vemos uma experiência interessante, onde essas marcas buscam por pessoas que estão no seguimento delas para fazer essa interação. Então se eu tive uma boa experiência com o Agora Pulse, eu posso criar, de repente, um artigo no meu blog falando dessa experiência. Os meus amigos que são profissionais da área e que não conhecem o Agora Pulse podem ficar curiosos e entrarem lá para experimentar.

[01:57] Se eles gostarem, pode ser que comecem a trabalhar com essa ferramenta. Eu estou falando das hipóteses que podem acontecer. E isso pode também estar atrelado ao objetivo da empresa. Melhorar o boca a boca, fazer com que mais pessoas conheçam a plataforma e também que elas comecem a utilizá-la.

[02:17] Outro exemplo que nós vemos de outra pessoas compartilhando informações sobre um produto ou um serviço é o caso dos youtubers. Então eles têm acesso a determinados produtos, serviços, alguns deles até exclusivos, justamente para despertar essa curiosidade das pessoas que estão assistindo e fazer com que elas também tenham aquele desejo de consumir. Este vídeo que eu vou compartilhar com vocês é de um review do iPhone 7 Plus versus, em comparação, com o 6, em português, de uma youtuber.

[02:50] E nós vamos pôr alguns segundos só para vocês verem um pouco do que ela está dizendo.

[02:56] Oi, tudo bom? Aqui é a Monyse e hoje eu vou fazer um vídeo que eu estou muito ansiosa para fazer, que é, vocês já sabem pelo título, um review do iPhone 7.

[03:10] Legal, agora repara no número de visualizações e dos likes. Tem ali o número de pessoas que não gostaram, mas, em comparação ao outro, ele é bem inferior. Mas olha que interessante: a marca, no caso, essa pessoa fez esse review para comparar os dois aparelhos, e nós vemos que tem dois beneficiários. Tanto a marca da Apple, que é fortíssima por si só, como também a youtuber porque ela já criou naquela época que foi lançado e gerou aquele burburinho, as pessoas estavam curiosas, querendo saber como é e fica aqui a lição de casa.

[03:49] Se você pensa em tecnologia, deixa eu ver o que está rolando. Provavelmente algumas pessoas pensam em entrar aqui no canal da Monyse Garcia. Outro exemplo que eu quero compartilhar com vocês é do Instagram da Gabriela Pugliesi. Essa moça tem um perfil muito interessante, fitness e tal, bem legal. Mas o que eu quero destacar é que ela tem uma receita de alguma coisa fitness e olha quantos mil likes, foi publicada há um tempo, mas os comentários, as pessoas são fãs dela.

[04:32] Então o que acontece? Ela consegue associar a marca pessoal dela, Gabriela Pugliesi, a profissional fitness, uma pessoa que é saudável e também associa isso a produtos que estão relacionados com o interesse dela. Então nós vemos alguns tipos de publicações onde as pessoas estão curtindo. Deixa eu entrar no perfil dela, só para vocês, caso não conheçam, entenderem melhor quem é.

[04:59] A Gabriela tem quase 3 milhões de pessoas curtindo as publicações dela. Então, por exemplo, para quem quer se tornar mais fitness, ter hábitos mais saudáveis, uma alimentação mais equilibrada, já pode pensar: "deixa eu entrar no perfil da Gabriela Pugliesi." E as marcas buscam isso. Nós vemos aqui a imagem de uma profissional, mas isso não fica longe do desejo das empresas, porque elas querem ter audiência.

[05:29] Pessoas falando sobre ela, sobre o que ela está oferecendo, consumindo e de preferência dando boas opiniões. Então por isso é interessante nós pensarmos em qual é o gatilho que vai ativar na mente dos seus clientes ou futuros clientes aquele desejo de comprar o que você tem a oferecer.