

06

6- Revisão

Transcrição

[00:00] Nessa aula, nós falamos sobre os gatinhos. Ou seja, quando lembramos ou pensamos em algo a partir de um estímulo, isso se chama gatilho. Esses gatilhos podem ter diferentes formatos. Pode ser através do cheiro, como, por exemplo, quando você vai passar por uma pizzaria e sente aquele cheiro maravilhoso daquela comida e pensa: "de repente para o jantar pedir uma pizza é uma boa pedida."

[00:25] Ou pode ser também através do estímulo visual. Você vê aquela promoção de 50% de desconto. Isso também pode acelerar uma ação. Ou de repente você está no conforto da sua casa assistindo um filme na TV Globo e você escuta aquele plim plim. Então, você sabe que acabou o comercial e você volta a prestar atenção, porque você quer acompanhar um filme que está passando.

[00:50] Viu como existem diversas maneiras onde nós podemos utilizar os gatilhos a favor da nossa estratégia? E aí nós entramos em um outro assunto também muito importante, que foi o top of mind.

[01:00] Esse termo em inglês foi criado para qualificar a importância que algumas marcas ou produtos ou serviços têm na nossa mente. Ou seja, lembra-se que quando eu perguntei para você qual é uma marca que você lembra, qual foi um produto ou serviço que te gerou uma boa experiência e que você lembra? No meu caso, eu respondi que foi a Walt Disney.

[01:18] Então para mim, quando alguém me pergunta ou quando eu paro para pensar sobre o que é marketing de serviço, o que é encantar o cliente, eu já penso diretamente na Walt Disney. Dentro desse conceito do top of mind é a primeira empresa que vem à minha memória.

[01:33] E por fim falamos sobre o boca a boca imediato, ou seja, eu tenho uma ação ou eu quero fazer com que as pessoas falem mais sobre alguma coisa, interajam com alguma coisa em um determinado período de tempo, como, por exemplo, a black friday. Nós podemos utilizar ferramentas para estimular esse boca a boca imediato, como, por exemplo, utilizar "últimas vagas", "promoção válida até a próxima sexta-feira" e assim por diante.

[01:59] No caso do boca a boca continuo, pode servir também quando nós queremos fortalecer uma ideia, quando nós queremos fazer com que as pessoas lembrem e falem de nós por mais tempo e aí fica o grande desafio: como nós vamos conseguir utilizar essas estratégias, este conhecimento, a favor do nosso negócio? Então, agora que nós entendemos melhor esse conceito, fica melhor de pensarmos em alternativas para o nosso negócio.