

2- Observação

Transcrição

[00:00] Uma das coisas que eu gosto de fazer quando eu tenho tempo livre é ficar de olho nos e-commerce para ver o que tem de interessante para eu poder comprar. Eu gosto desse site, gosto das estampas que eles vendem, mas passaram-se alguns dias e eu encontrei duas moças na faculdade onde eu estudo utilizando camisetas com estampas semelhantes a essas. O que eu fiz? Olha o gatilho: eu lembrei desse site, entrei e fiz a compra de algumas camisetas.

[00:28] E repare que além da questão do gatilho, tem também mais uma vez presente a questão da observação. Eu vi um site, vi depois pessoas utilizando roupas semelhantes e comprei. Isso funciona bem para quando nós vemos roupas, vestidos, você pode ver alguma coisa e perguntar onde a pessoa comprou uma bolsa e assim por diante. Mas, e com as meias, porque isso não acontece? É difícil nós perguntarmos: "nossa, que meia bonita, onde você comprou?".

[01:00] Então, a resposta para essa pergunta está relacionada com o fato de que camisetas e blusas são públicas. As meias são privadas, então nós não falamos tanto delas porque estão escondidas. Então é interessante fazermos essa relação de como a observação é importante para vermos e comentarmos com os outros.

[01:20] Agora imagine que você entrou em uma loja que você achou as roupas super bonitas, tem a ver com o seu estilo e além disso tem uma decoração muito bonita, com vários quadros, vários objetos que formam todo um ambiente para deixar aquele clima super mais agradável e fazer com que você queira circular mais pela loja. Este é um cenário positivo.

[01:44] Agora imagine se esses quadros, esses móveis, não estivessem criando esse clima nessa loja e ficassem guardados em um determinado quarto da loja justamente para as pessoas não verem. Será que chamaria tanto a nossa atenção? Será que nós teríamos tanta vontade de circular pela loja se ela fosse mais minimalista? Existem públicos que gostam, mas se você já viu como ela é cheia de detalhes, cheia de coisas que formam toda aquela arquitetura, toda aquela organização, então vamos deixar as coisas visíveis.

[02:20] E por quê? A visibilidade de algo estimula o boca a boca. Então, imagine: se eu vou em uma loja onde eu vejo tudo muito bem organizado, as coisas conversando muito bem e sou bem atendida, quais são as chances de eu compartilhar essa experiência nas minhas redes sociais e também com o meu mundo offline das pessoas que eu conheço? São grandes. Então perceba que aqui também nós temos a presença da viralidade, da questão da pessoa que é a responsável por compartilhar a experiência que ela teve nessa determinada loja.

[02:55] Então, nós vemos vários fatores que podem contribuir nessa questão de nós compartilharmos uma determinada opinião. Não adianta nada eu entrar em uma loja, ter roupas bonitas, ter objetos ali decorando, ficando tudo muito lindo se eu não sou bem atendida. Eu posso fazer o boca a boca, mas vai ser negativo.

[03:17] E não é uma das coisas que nós queremos. Seja no nosso negócio, seja através da nossa marca, nós queremos estabelecer boas relações com as pessoas que consomem ou que têm interesse em consumir aquilo que nós temos para vender.

[03:30] Então, sempre observe: como é que você vai preparar um ambiente para receber as pessoas? Qual é a experiência que você quer gerar com elas? E a partir disso aumentam as chances de nós ganharmos boca a boca. Então, quanto mais pessoas nos conhecem, sabem o que nós temos a oferecer, melhores serão as chances de elas voltarem e de outras pessoas conhecerem também.

[03:51] Tem um outro exemplo que eu quero compartilhar com vocês. Imagine uma situação: eu estou desanimada, chego no meu trabalho cansada, exausta, a fim de voltar logo para casa para dormir de novo. E uma colega minha vê isso e fala: "nossa, Priscila, você precisa fazer alguma coisa. Você precisa dar um ânimo na sua vida. E se você experimentar fazer CrossFit?"

[04:14] E ela compartilha algumas experiências que ela tem ao fazer o CrossFit e eu começo a ficar empolgada. Já fico esperta, dou uma googlada para ver se tem algum lugar perto do meu trabalho ou perto da minha casa onde eu posso praticar, fazer o CrossFit.

[04:30] Mas, passaram-se alguns dias e parece que aquela empolgação não conseguiu sobreviver. Eu fiquei: o CrossFit deve ser legal. Mas, não apareceu nada de anúncio no meu Facebook, nas minhas redes sociais e eu deixei aquilo. Então, o que faltou aqui para eu me motivar? De repente alguma comunicação mais direcionada para mim. Se eu, por exemplo, estou nas minhas redes sociais, no Facebook, e recebo uma mensagem, uma publicidade, de um CrossFit, as chances de eu ter interesse em fazer aquilo é maior.

[05:06] E eu posso ir lá, conhecer o espaço, fazer uma aula experimental. De repente eu fico bem cansada, mas estimulada pelo desafio. Compartilho nas minhas redes sociais: "olha, eu estava naquela fase bem bad, eu estava preguiçosa, ociosa, mas eu fiz a primeira aula de CrossFit e gostei muito e amanhã eu vou de novo e semana que vem eu vou de novo e assim por diante."

[05:31] Então, olha que bacana: a partir de uma opinião que eu tive de uma experiência, eu compartilhei nas minhas redes sociais. Outras pessoas podem se identificar com essa questão de fazer a rotina trabalho-casa-casa-trabalho e falar: "não, espera. Deixa eu experimentar para ver se esse negócio é bom também para mim."

[05:49] E aí começamos a influenciar as pessoas a tomarem determinadas atitudes que podem se tornar também virais. Nós estávamos falando do aspecto de você chegar no seu trabalho e influenciar pessoas dali, na sua residência, na sua casa e também nos seus estudos e assim por diante. Então, essa viralidade é importante. Nós não podemos resumir o viral apenas a vídeos. "Para o meu vídeo ser viral ele tem que ter 1 milhão de visualizações."

[06:17] Isso é bacana, é muito gratificante quando você faz um trabalho e é reconhecido por ele, mas eu quero compartilhar outros exemplos de viralidade, onde você pode observar no seu dia a dia como as pessoas te influenciam positivamente, como elas compartilham experiências que te motivam. E o nosso desafio é interpretar isso e tentar adaptar a nossa estratégia de negócio. Como eu posso cativar o meu cliente e fazer com que ele fale com mais pessoas?

[06:45] E nós começamos a pensar em outras alternativas. Um dos objetivos deste curso também é isso: fazer com que você pense em outras alternativas, que você consiga utilizar os recursos das redes sociais, mas com objetivo. E aí nós começamos a ver que as coisas começam a acontecer. Nós começamos a influenciar positivamente as pessoas, mais pessoas podem nos conhecer e isso só vai gerar benefícios para o nosso negócio.

[07:11] E para nós finalizarmos este vídeo, eu quero compartilhar com vocês a seguinte ideia: a partir do momento que eu consigo despertar um desejo no meu cliente de ter alguma coisa, como, por exemplo, uma vida mais saudável através da prática de exercícios do CrossFit, eu começo a pensar em como vou divulgar isso. Porque senão nós só ficamos falando: "o CrossFit é bom, o CrossFit é bom." Mas, as pessoas não sabem onde encontram um CrossFit legal, elas não sabem como elas têm que se preparar e assim por diante.

[07:43] Então, é importante nós pensarmos também em como vamos divulgar o nosso negócio. E a junção desses dois itens é igual à ação. Nós queremos influenciar as pessoas a tomarem determinadas atitudes, seja para comprar o que nós temos a vender, seja para falar do que nós temos a oferecer. E aí nós começamos a entender qual é a lógica. Então, vamos despertar o desejo nas pessoas, vamos fazer uma divulgação para que eles tomem uma ação, seja se matricular, seja comprar e assim por diante.

[08:11] E a partir disso as outras pessoas vão começar a ver, vão começar a observar e podem também ser fortemente influenciadas a tomarem decisões a favor daquela estratégia que nós estabelecemos.