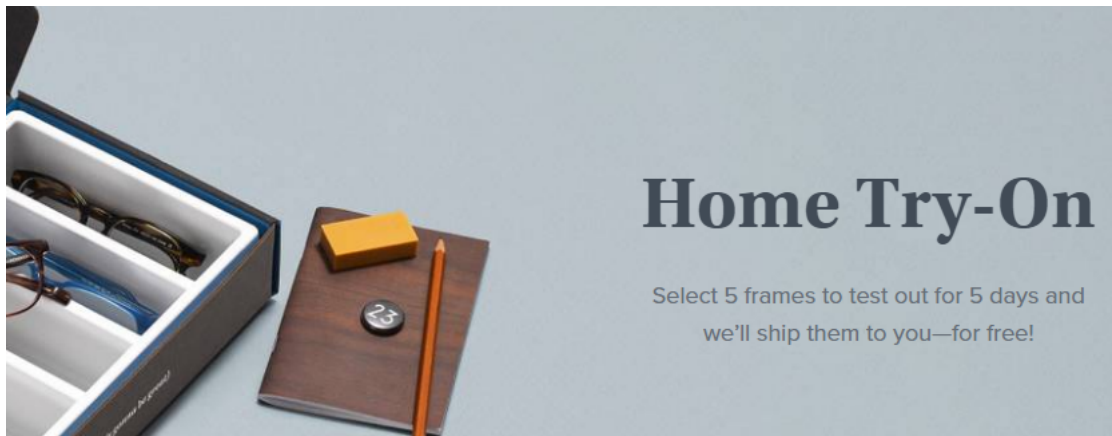


Estabeleça laços de confiança

Transcrição

Imagina se você pudesse escolher alguns modelos de óculos e receber no conforto da sua casa e ficar somente com aqueles que você gostou sem custo algum?

Isso acontece com algumas marcas, como a [Warby Parker \(https://www.warbyparker.com\)](https://www.warbyparker.com), que teve uma sacada de marketing de "testar de graça em casa" ou em inglês, "Home Try-On". Eles realizaram um estudo em conjunto com a Northwestern University, uma das principais universidades de Marketing dos Estados Unidos, e identificaram essa oportunidade para poder entrar no mercado e competir com outras marcas.



Percebemos uma estratégia muito interessante. "Olha, você pode escolher. Não vai precisar pagar antes de receber o seu produto. Experimente!". Nitidamente percebemos aqui, características do princípio de coerência e de compromisso.

Outro exemplo a ser compartilhado é sobre a loja online [SOB \(http://www.sobonline.com.br\)](http://www.sobonline.com.br). Um e-commerce com uma característica muito semelhante à anterior: "Prove em casa, troca e devolução garantida!".

SHOPPING IBIRAPUERA
PISO MOEMA



FRETE GRÁTIS

NAS COMPRAS
A PARTIR DE R\$ 399,00

PARCELE EM ATÉ 3X

NO CARTÃO DE CRÉDITO
SEM JUROS

PROVE EM CASA

TROCA OU DEVOLUÇÃO
GARANTIDA

ATENDIMENTO ONLINE

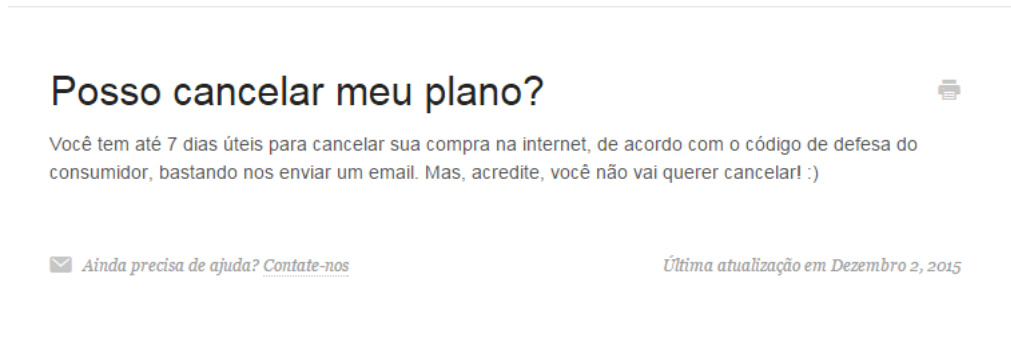
DE SEG À SEXTA
DAS 9H ÀS 17H

Sabemos que, quando compramos em um e-commerce, é natural não podermos experimentar e compramos "no olho", com base no que achamos. Só saberemos que a peça serviu quando ela chegar na nossa casa. Da mesma forma que a *Warby Parker* se posicionou, a *SOB* também utiliza esses recursos, esta uma sacada bem interessante, utilizado justamente para tentar se diferenciar dos outros e-commerces que podem oferecer produtos tão bons como os deles.

Outra coisa muito importante que precisamos nos atentar, é deixar políticas claras aqui no site. Por exemplo, na Netshoes, temos informações sobre as **entregas**, **pagamentos**, **trocas** e até **cancelamentos**. Se eu nunca fiz uma compra antes, posso me

sentir mais confiante à medida que me informo sobre as políticas da loja, tirando as minhas principais dúvidas. Essas políticas também, podem ser ferramentas do princípio de compromisso e coerência.

Temos um exemplo sutil da Alura: vamos supor que você tenha dúvidas sobre o cancelamento do seu plano:



" Posso cancelar meu plano?

Você tem até 7 dias úteis para cancelar sua compra na internet, de acordo com o código de defesa do consumidor, bastando nos enviar um email. Mas, acredite, você não vai querer cancelar! :)"

Todas as informações foram ditas. De uma forma sutil, perceberemos que a ética e transparência estão presentes no comentário, e usando uma linguagem informal, a empresa conseguiu manter a comunicação. Foi dito a verdade a verdade sobre o cancelamento, esta foi a maneira escolhida pela empresa de se relacionar com o aluno.

E no seu site ou na empresa em que trabalha? Você tem uma área referente às dúvidas dos seus clientes? Como você consegue fazer esse gancho entre o princípio da coerência e do compromisso para que o cliente sinta segurança e confiança no que você tem a oferecer?

Pare para pensar! Isso é fundamental, independente do seu nicho de mercado. Pense sobre quais são as alternativas que você pode fazer para melhorar a sua comunicação, e conseqüentemente, o número de vendas.

Depois de vermos tantos exemplos interessantes, chegou a hora de pensarmos em sugestões para a *Mirror Fashion*, e eu espero que você também consiga fazer conexões com o seu negócio, e pensar como experimentar alternativas.

Depois de conhecermos mais sobre o princípio de influência do compromisso e coerência, podemos fazer algumas sugestões:

- Oferecer testes gratuitos por tempo limitado;
- Política de cancelamento;
- Perguntas Frequentes;
- Experimente em casa e só pague o que gostar;

Essas foram algumas das sugestões que encontramos para a *Mirror Fashion*, e você pode avaliar também, se faz sentido ou não para a sua realidade.