

## Princípio da afinidade

### Transcrição

O que leva alguém comprar algo em algum site ou loja?

Vimos em uma das aulas, o poder da influência que figuras famosas consideradas como autoridades, tem para nos influenciar a tomar decisões. Mas se o e-commerce é pequeno - um negócio iniciado a pouco tempo -, não tenho condições de chamar um famoso para ser meu sócio. Então, como que faço? Existem algumas maneiras de promover essa comunicação, e é justamente isso que veremos na aula, e entender quais são as conexões entre a teoria desses princípios e poder adaptá-los na rotina diária.

Vamos acessar o "Sobre" no site da [Dafiti \(https://www.dafiti.com.br/institucional/#sobre-a-dafiti\)](https://www.dafiti.com.br/institucional/#sobre-a-dafiti). Um pequeno trecho diz assim:

"Sobre a Dafiti

Ser smart é respirar moda e tecnologia e disso a Dafiti entende: somos o maior e-commerce de moda e lifestyle da América Latina, com mais de 5 anos de existência, plataforma universal mobile (sim, você pode acessar por tablets e smartphones IOS e Android! \o/) e filiais na Argentina, Chile e Colômbia.

Na sua smartfashion você encontra tudo o que precisa com poucos clique, sem julgamentos e ainda recebe rapidinho em todo o Brasil! Só no país são mais de mil marcas e 110 mil produtos divididos em seis categorias: roupas, sapatos, acessórios, beleza, cama/mesa/banho e decoração. Gostou? Visite a Dafiti no Brasil: <http://www.dafiti.com.br/> (<http://www.dafiti.com.br/>) ou na América Latina: <http://www.dafiti.com.ar> (<http://www.dafiti.com.ar>), <http://www.dafiti.com.cl/> (<http://www.dafiti.com.cl/>), <http://www.dafiti.com.co> (<http://www.dafiti.com.co>)

Seja smart! ;)"

No primeiro parágrafo, o que conseguimos identificar? A Dafiti sabe bem quem é seu público. Estamos falando de pessoas interessadas em moda, lifestyle e interessadas por tecnologia. O que eles estão oferecendo? **Comodidade!** É um grande benefício você poder utilizar o aplicativo da Dafiti e fazer as suas compras no conforto do espaço que você estiver e quiser.

No segundo parágrafo, a Dafiti se posiciona como e-commerce de moda e lifestyle e enfatizam o uso da tecnologia para facilitar a vida dos clientes e cria uma afinidade com o seu público. Ou seja, eles podem consumir seus produtos com a comodidade que a tecnologia oferece.

Pensando nos princípios de influência apontados pelo especialista Cialdini, que está ligado ao princípio de afinidade. Gostamos daquilo que é semelhantes a nós: opiniões, traços de personalidade, antecedentes ou estilo de vida (não necessariamente apenas no quesito beleza).

Outro exemplo de afinidade que um negócio usou a seu favor: Eu tenho um cachorro que é o meu querido, considero ele da família e tenho um sério problema quando preciso viajar: com quem o Lalo vai ficar? Já ouvi casos em que pessoas deixaram de viajar, ou nem todos os membros da família foram porque alguém tinha que ficar para cuidar do bichinho.

Se estou nessa situação e encontro o Pethub (que já encerrou suas atividades), ficaria encantada.



PROCURAR ANFITRIÃO

TORNE-SE UM ANFITRIÃO

ENTRAR

CADASTRE-SE

AJUDA

## O QUE FAZEMOS?

Nosso lema é "Por que só os humanos se divertem?", porque criar experiências positivas para cães é a nossa missão.

A PetHub é uma comunidade onde os apaixonados por cães podem se conectar, encontrar e oferecer meios seguros, convenientes e acessíveis de cuidar de seus melhores amigos.

Caso queira um apartamento de um quarto para seu Chihuahua, ou um rancho de 4 hectares para o seu Greyhound, centenas de opções estão disponíveis para que você encontre o local perfeito para seu cão.

Agora é possível encontrar um lar para seu cão quando for viajar OU hospedar cães em sua casa.



O que isso pode gerar nas pessoas? **Afinidade.** "Ufa! Encontrei um lugar que vai cuidar do meu bichinho", eu diria.

Um outro ponto positivo é que posso colocar a minha localidade e encontrar o cuidador mais próximo da minha casa, em uma data específica. Depois, o PetHub se encarrega de mostrar vários profissionais que podem cuidar do seu bichinho.

Trazendo para a nossa realidade, esse princípio está relacionado com o princípio da Afinidade. De acordo com Robert Cialdini, "quando a pessoa percebe que o personagem principal compartilha de medos, angústias, habilidades e características parecidas com as dela, ela sente afinidade e assim ficam mais propensas a comprar."

Observe como o princípio da Afinidade se faz presente nessa comunicação feita pela PetHub? De uma forma diferente, percebemos como a influência da afinidade pode gerar mais negócios e mais benefícios para uma marca ou negócio.