

GATILHOS MENTAIS – EXEMPLOS

ESCASSEZ + URGÊNCIA

*** Os melhores lugares para utilizar escassez e urgência são na CTA (em caso de anúncios em vídeo) e nos textos ou título do anúncio, fazendo isso através das copies abaixo:**

No texto ou título do anúncio:

- Vídeo sai do ar em breve
- 72% OFF – encerra em 1 hora
- Últimas 152 vagas disponíveis
- Vídeo de 20 minutos – últimas vagas para assistir
- Preço promocional – última semana disponível

***Lembrando que são apenas exemplos. Use sua criatividade e aplique de acordo com a oferta do produto que você irá vender.**

PROVA SOCIAL

*** Este gatilho se encaixa melhor através de depoimentos ou de resultados proporcionados pelo método. Abaixo você verá alguns exemplos ou poderá clicar no link para ser redirecionado ao vídeo.**

No texto ou título do anúncio:

- Método já usado por mais de “X” alunos
- 18.340 pessoa já assistiram
- 152 estão assistindo ao vídeo agora
- A maioria das pessoas (menos você) já descobriu isso
- Apenas quem está fazendo isso consegue “tal coisa”

Outros exemplos em anúncios:

https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=political_and_issue_ads&country=GB&id=262763589203811&view_all_page_id=108502568245573&search_type=page&media_type=all

<https://www.facebook.com/ads/library/?id=632481254608818>

<https://www.facebook.com/ads/library/?id=439155857557863>

AUTORIDADE

*** Este gatilho se encaixa melhor mostrando resultados ou então enaltecendo as qualidades e conquistas que o experto conseguiu através do método.**

No texto ou título do anúncio:

- Mais de 10 milhões faturados através do tráfego pago
- Diversas conquistas em diferentes plataformas
- Especialista em copywriting
- Especialista em tráfego pago

MEDO

*** As pessoas são movidas pelo medo de perder. Para utilizar este gatilho, basta provocar uma situação onde a pessoa perceba que ela está deixando de levar algo ou então que ela irá perder algo caso não haja.**

No texto ou título do anúncio:

- Quem não aplica esta técnica, perde “algo” ao final do mês
- Quem não possui isso no relacionamento deixa de conseguir...
- Quem não usa essa estratégia acerta menos questões no ENEM
- O que eu fiz para deixar de perder “tal coisa” e começar a ganhar

- Pesquisas apontam que quem dorme menos vive menos
- Pesquisas apostam que quem dorme menos tem maior chance de AVC

CURIOSIDADE

*** A curiosidade é um dos melhores gatilhos para serem usados nos anúncios, afinal de contas, é um poderoso estímulo que faz com que as pessoas ajam.**

Você pode despertar a curiosidade no potencial cliente de infinitas formas, mas é preferível que você faça isso através do próprio anúncio (imagem ou vídeo).

Para exemplos, acompanhe na aula de “análise de anúncios”, você verá lá que a maioria dos anúncios envolve o gatilho da curiosidade.

EMPATIA

*** Para acertar em cheio este gatilho, basta conhecer os problemas do cliente ou então os problemas que ele enfrenta com as soluções que já vem usando.**

No texto, título ou headline do anúncio:

- Eu perdia tempo e lutava contra a balança, até descobrir que dietas low carb não eram a melhor opção.
- Eu estava como você, lutando no tráfego orgânico, postando conteúdo e tentando ganhar seguidores, até descobrir que eu poderia seguir outro caminho mais fácil e começar a ter estes resultados.
- Eu sempre organizava minhas finanças através do método “X”, mas quando chegava ao final do mês sempre dava errado, até descobrir...
- Eu também achava que era preciso fazer X,Y,Z para ter tal resultado, mas eu estava enganado...
- Eu jamais teria conseguido este resultado, se tivesse continuado fazendo isso aqui que provavelmente você também faz...

*** Outros exemplos direcionados estarão disponíveis no SWIPE FILE MVO**