

# É O BÁSICO QUE É A BASE

## >> O QUE SÃO GATILHOS MENTAIS?

**Estímulos que fazem o cérebro humano prestar atenção ou tomar decisão.**

- O processo de venda é um processo de tomar decisão, e o gatilho mental é extremamente importante na venda.
- Gatilho mental sempre vai funcionar se você for idôneo, íntegro e honesto.

## >> PERSUASÃO X MANIPULAÇÃO

- **Persuasão:** é expor argumentos honestos, idôneos, íntegros para favorecer/ antecipar uma tomada de decisão.
- **Manipulação:** é obter resultados através da distorção de fatos, ou seja, você faz um terceiro agir através de meias verdades/mentira. (Não usar)

 *É preciso usar os gatilhos mentais para persuadir e não para manipular.*

**O Lead é uma marmita:** Você precisa aquecerê-los com um processo de nível de consciência para que ele adquira seu produto.

**Durante o seu processo de relacionamento e de gerar conteúdo, você tem que quebra a objeção e usar gatilhos mentais.**

Você precisa escutar o **S.O.M** do seu clientes (Sonhos objeções e medos.) você precisa saber quais os sonhos os objetivos e os medos dos seus clientes.

### >> PIRÂMIDE DO NÍVEL DE CONSCIÊNCIA!



**Tipo 01** = Ignorante (85% não conhece você e não sabe da sua solução)

**Tipo 02** = Procrastinador (10% aquele que sabe do problema e não procura solução)

**Tipo 03** = Potencial cliente (5% aquele que sabe qual o problema e busca a solução)

- Independente da sua profissão/ nicho sempre haverá mais tipo 01 e tipo 02.
- Através de conteúdo de valor, gatilhos mentais e quebra de objeção você faz o seu cliente sair do estado de ignorância, para ir para o estado procrastinador e aí virar um possível cliente.

### >> QUANDO USAR OS GATILHOS MENTAIS?

**SEMPRE** – use sem moderação.

**“As pessoas agem por dois motivos: DOR ou PRAZER”**

**>> F.O.M.O** o medo de ficar de fora faz as pessoas quererem entrar/comprar para não ficar de fora.

**Ex:** quando surgiu o “club house”, que por sinal só funciona em iphone (ios) fez com que varias pessoas vendessem seus celulares androide e comprassem iphone por medo de ficar de fora do aplicativo.

**O grande segredo da venda é:** o seu cliente tem que perceber que é muito muito mais caro não comprar o seu produto/serviço do que comprar.

**“O cliente sente muito mais a DOR do que o PRAZER.”**

## **>> GATILHOS MENTAIS (principais)**

- HISTÓRIA: o ser humano ama histórias!
- Validação do método/história de criação/origem.
- Gera ensinamento
- Gera identificação/conexão
- Envolvente/retenção

## **>> A HISTÓRIA TEM QUE TER:**

- Personagem
- Enredo
- Narração
- Tempo
- Espaço

### >> A HISTÓRIA É A VALIDAÇÃO DO MÉTODO

O gatilho mental da história faz você:

- Envolver na narração
- Prender a atenção
- Conduzir a tomar uma decisão
- Validar o método

**ESCASSEZ:** (é voltado a números/quantidade/vaga)

- Não está sempre a disposição.
- Lei da oferta e procura
- Exclusividade

### >> AS PESSOAS GOSTAM DAQUILO QUE É MAIS RARO.

**URGÊNCIA:** (está ligada ao tempo)

- Te força a tomar decisão porque o tempo está acabando.

### >> OS GATILHOS MENTAIS TEM QUE SER VERBALIZADOS, CUMPRIDOS E EXPOSTOS.

**ANTECIPAÇÃO:** (aviso prévio que desperta desejo)

- Quando você antecipa você aumenta sua taxa de comparecimento.

### >> PORQUE ANTECIPAR?

- Gerar desejo
- Para o meu público se preparar para o que vem
- Pro meu público não esquecer de mim, do compromisso.

#### **PROVA:** (é validação de um terceiro ou lógico matemática)

- Quanto maior a distância social do elogio do objeto elogiado for, mais veracidade terá.
- O depoimento/prova/validação terá mais eficácia se for do método do que se for do especialista.
- A prova é individual e prova social é coletivo (1 pessoa é prova, 10 pessoas falando é prova social)
- Prova funciona, porque o cérebro que economizar energia e você toma decisão através de uma identificação para não gastar energia avaliando se é uma boa decisão ou não.
- Quando gera identificação

#### **PROVA SOCIAL:** (é coletivo)

- Acúmulo de provas
- Exemplo da sanduicheira, do bar com carrões de alto valor na porta e da balada.

#### **AUTORIDADE:** (percepção)

- Autoridade é uma percepção criada ou adquirida
- Passa confiança
- Quebra objeções
- Encurta decisões

### >> COMO CRIAR AUTORIDADE:

- ser bom
- parecer que é bom
- expor que é bom

**ESPECIFICIDADE** (quanto mais específico e detalhista, mais verdadeiro parece ser)

- Perícia
- Passa mais veracidade

**PORQUE** (quando se entende o porque tem mais probabilidade da conclusão da tarefa)

- É trazer um motivo lógico para realizar a tarefa
- Traz clareza para o que foi exposto

**INTERAÇÃO** (porque interação gera retenção)

- Sentimento de fazer parte
- A interação gera retenção
- É troca de energia.
- A interação gera interação (melhoria do produto)

**NOVIDADE** (o que é novo chama atenção)

- Chama atenção
- Quebra padrão
- Quebra do status quo

**RECIPROCIDADE** (vontade de devolver o que foi recebido)

- Dar sem querer nada em troca
- Timing é tudo

### >> COMO GERAR RECIPROCIDADE: Gerando valor para as pessoas

**EVENTO** (evento gera atenção)

- As pessoas se preparam para o evento
- Gera e retém atenção
- Hora e local para começar acabar, se tornando único

### >> AS PESSOAS FARÃO QUALQUER COISA POR AQUELES QUE :

**E.J.A.C.A.**

- E** - Encorajam os seus sonhos
- J** - Justificam os seus fracasos
- A** - Acalmam os seus medos
- C** - Confirmam as suas suspeitas
- A** - Ajudam a atirar pedras contra os seus inimigos