

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 aquecê-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 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 publico 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 distancia 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 fracassos
- A** - Acalmam os seus medos
- C** - Confirmam as suas suspeitas
- A** - Ajudam a atirar pedras contra os seus inimigos