

100 PASSOS 3.0

GATILHOS MENTAIS RESUMO



Tomamos uma série de decisões todos os dias.

Nosso cérebro se acostumou a tomar decisões rápidas e simplificadas. Temos atalhos mentais que facilitam o processo de tomada de decisão. Geralmente, a gente tende a tomar decisões rápidas baseadas em padrões que a gente nem conhece. Esses padrões são os gatilhos mentais que ativam nosso cérebro e fazem com que nossa tomada de decisão seja acelerada.

Qual a função dos gatilhos mentais?

No processo de compra surgem várias objeções por parte do cliente. Como fazer nosso cliente tomar decisões mais rápidas, mais emocionais e mais sincronizadas com sua oferta?

Temos em nossa vida várias necessidades das quais precisamos para viver. Existem outras necessidades que são criadas, que você nem estava pensando, nem precisava, mas de repente vira prioridade na sua vida e você quer porque quer obtê-las.

▶ **Gatilho da Escassez**

O nosso inconsciente associa escassez a valor. Quanto mais escasso, mais a gente valoriza. Sempre que você tiver um produto para vender e essa escassez for real, é importante você deixar claro para o consumidor que é melhor ele tomar essa decisão rápido para não perder a oportunidade. Quando você diz para o seu consumidor que existe uma escassez, você está aplicando um gatilho mental e isso deixa o consumidor alerta para tomar uma decisão. Seja íntegra: não crie uma escassez falsa.

▶ **Gatilho da Urgência**

O gatilho da urgência é mais do que avisar que está acabando. É deixar claro que existe uma data, um período temporário para que a decisão seja tomada.

▶ **Gatilho da Novidade**

O novo é mais interessante. Todo mundo quer fazer parte da tribo, ninguém quer ficar de fora. Todo mundo quer saber das novidades.

▶ **Gatilho da Prova Social**

Esse gatilho é muito importante para apresentar os resultados que a gente tem não só na nossa vida, mas na vida dos nossos clientes. A grande sacada é deixar as pessoas saberem o que estão falando sobre o seu trabalho, como estão te avaliando. Cuide do que estão pensando e dizendo sobre você e sobre seu trabalho.

▶ **Gatilho da Razão**

É trazer qual é o benefício direto que o cliente vai ter com a compra de uma maneira mensurável.

▶ **Gatilho da Autoridade**

A gente tende a valorizar mais a opinião de quem a gente considera superior. É preciso colocar para fora de onde vem a sua autoridade. Conte para as pessoas sua experiência, sua formação, os cursos que você está fazendo. Não tenha medo de ser uma autoridade na sua área.

▶ **Gatilho da Reciprocidade**

Sempre que alguém nos faz um favor, nossa tendência natural é querer retribuir. Seja gentil com todos os seus clientes, entregando mais do que eles esperam e observe a reação. O cliente tende a se fidelizar, inclusive.

▶ **Gatilho da Curiosidade**

É quando você deixa as pessoas naquele suspense, esperando o que vai acontecer.

▶ **Gatilho da Segurança**

Quanto mais segurança você der ao seu cliente, mais ele vai se sentir encorajado a tomar a decisão de compra.

▶ **Gatilho da Afinidade**

As pessoas se identificam com quem compartilha dos mesmos medos, mesmas dores, mesmos valores. As pessoas simpatizam com a jornada de quem elas acham que é semelhante a delas. Mostre que você entende da dor do seu cliente.

▶ **Gatilho do Storytelling**

Crie uma narrativa, uma dinâmica que seja envolvente para o seu cliente. Não poupe sua audiência das boas histórias que você tem para contar. Contar histórias te ajuda a se aproximar do seu cliente.

É muito importante conhecer sua persona e saber quais são os medos, quais são as dificuldades, o que está no imaginário dela que está impedindo de contratar ou comprar o seu produto hoje.

Os gatilhos não servem para se aproveitar do seu cliente. Servem para ajudar na tomada de decisão.

Use os gatilhos com moderação. Colocar gatilhos demais deixa a sua comunicação muito técnica e pobre.