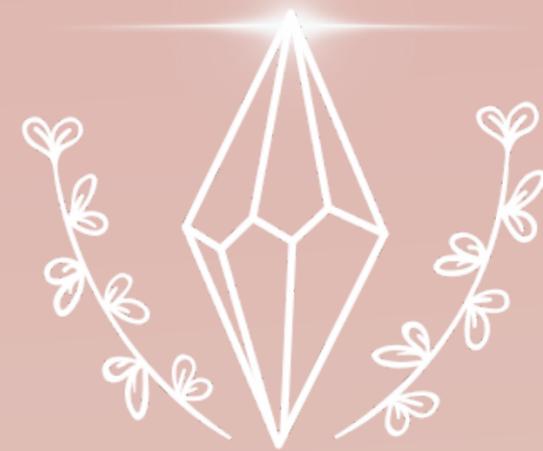


Aula 31/08

# Sobre copy e gatilhos mentais

Carolina Lucchetti

---



COPYWRITING

# Copy é essencial para todas as pessoas

---

Já temos a aula de legenda com um pouco de copy, mas ela é mais focada em storytelling (minha forma favorita de copy). A aula de hoje vai ser especificamente sobre copy e gatilhos mentais pra vida, não somente para as legendas.

É um tema que eu gosto muito, não somente por gostar de escrever, mas porque a copy é essencial pra todas as pessoas, independente da profissão que elas exercem.

Mas, hoje, vamos falar especificamente pra quem é social media.

# O que é copywriting?

---

Eu comecei oferecendo meus serviços de copywriting antes de nichar para "textos para as redes sociais" e me denominar social media. Eu nem sabia o que era social media quando comecei, eu ouvi o termo copywriter primeiro.

Conheci o termo pelo Ícaro, claro, e me apaixonei. Não me sinto pronta para dar um mega curso de copy, mas talvez a gente possa pensar em um workshop pra quem tiver interesse. Ser copy é um baita diferencial no nosso mercado.

# O que é copywriting?

---

No começo da minha carreira, o fato de ser copy e social media foi um diferencial que me permitiu ganhar mais e me deu credibilidade com alguns clientes grandes.

Com a formação em copy do ONM, isso aumentou.

Eu não vejo nenhum impedimento para atuar como social media e copywriter. Na minha visão, um complementa o outro.

# O que faz um copywriter?

---

Como copy, você vai além das redes sociais. Você pode escrever textos para:

- E-mails
- Páginas de vendas
- E-books
- Roteiro de WhatsApp
- Roteiro de direct
- Roteiro de YouTube
- Landing pages
- E onde mais o seu cliente precisar!

# Sobre a aula de hoje

---

Como eu falei: não me sinto pronta para um curso completo nem é a ideia aqui. Vou focar na parte prática e nos gatilhos.

Os conceitos mais avançados de estruturas, eu mesma ainda estou aprendendo. Ainda não finalizei todas as aulas da formação.

Vou passar o que é necessário pra você começar nesse mercado. Para quem se identificar, recomendo buscar a Formação em Copywriting depois.

# O que é copy?

---

Copy é criar conteúdo persuasivo, ou seja, que convença a outra pessoa a fazer o que você deseja.

Copywriting, especificamente, é fazer isso na forma de textos (writing significa "escrevendo" em inglês).

Então é possível usar a copy sem ser na forma de textos? Com certeza!! Através de vídeos, áudios, imagens... Como eu falei: copy é vida e pode ser aplicada em todas as profissões!

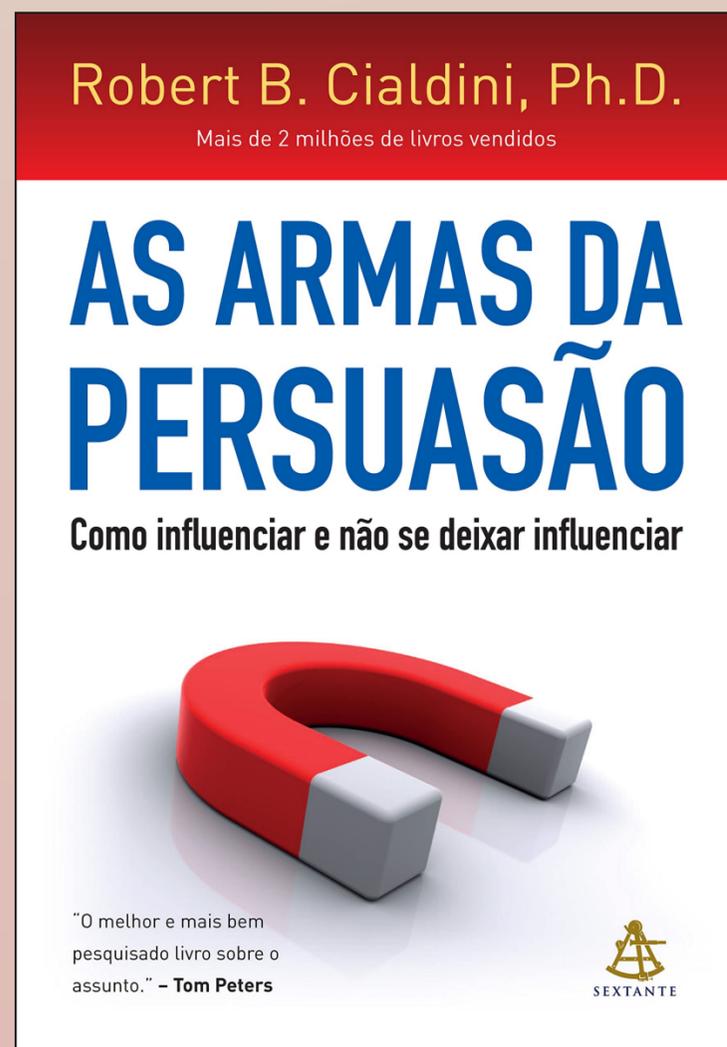
# O que é copy?

---

Como eu sou especialista em copywriting, vamos focar na parte escrita. Mas é importante saber e ir treinando a copy na sua fala, nos seus vídeos...

Eu estou aprendendo essas outras formas de copy depois que entrei pro mundo dos lançamentos.

# O que são gatilhos mentais?



Aprendi lendo esse livro, recomendado pelo Ícaro. Li em PDF quando estava no Canadá e ainda não comprei a versão física. Conforme eu ia lendo, ia fazendo posts sobre cada gatilho.

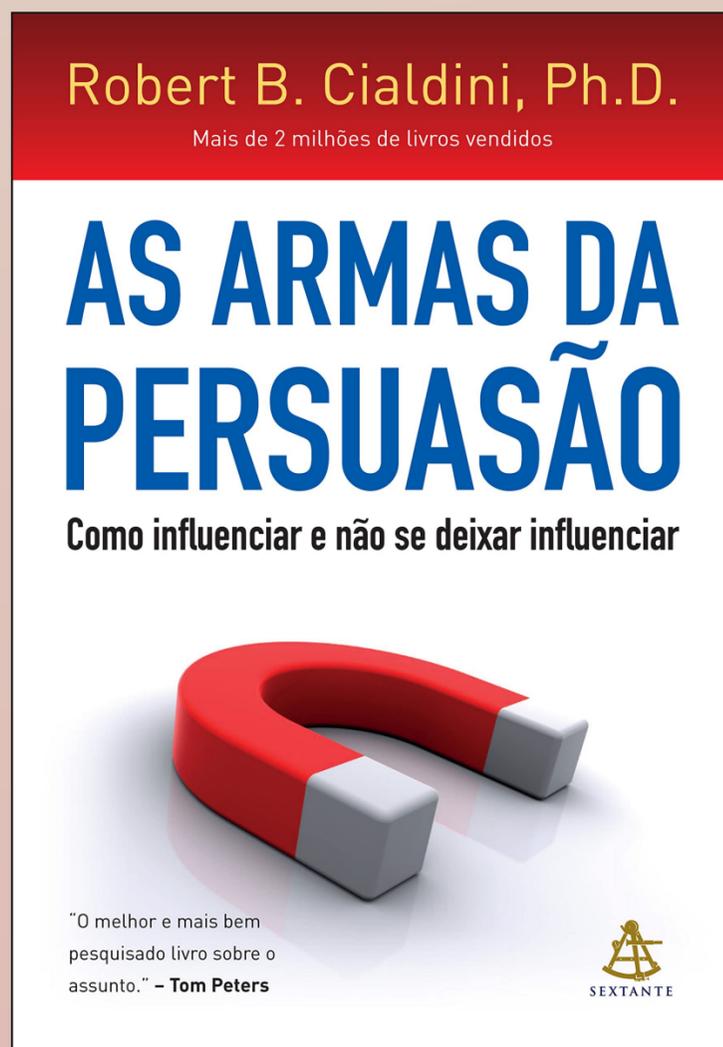
Recomendo que vocês façam o mesmo, foi um baita exercício explicar os gatilhos. Foi assim que eu realmente aprendi sobre cada um deles (fiz os posts no final de 2020).

# O que são gatilhos mentais?

Resumindo, o autor do livro apresenta 6 gatilhos mentais que influenciam o comportamento das pessoas.

Mas, para que o efeito desejado ocorra, o gatilho deve ser usado no momento correto.

O Doutor Robert Cialdini, autor do livro, é psicólogo e profissional de marketing. Justamente por isso, ele fez uma análise de como a psicologia é aplicada nas vendas. Eu vou falar somente da parte das vendas.



# Quais são os 6 gatilhos?

---

O livro fez tanto sucesso que ganhou a versão 2.0 com um gatilho a mais: unidade (senso de pertencimento). Eu ainda não li, por isso vou falar da versão original que apresenta 6 gatilhos. Coloquei a descrição de cada um de acordo com o próprio livro:

1. **Reciprocidade:** exige que uma pessoa tente retribuir, na mesma maneira, o que outra pessoa forneceu;
2. **Afeição:** enfatiza fatores que influenciam a proximidade, como atração física, elogios e familiaridade;
3. **Aprovação social:** estimula o consentimento de uma pessoa a um pedido, informando-lhe que outros indivíduos também concordam com ele.

# Quais são os 6 gatilhos?

---

4. **Autoridade:** é resultado do indivíduo ser visto tanto como especialista quanto como uma pessoa confiável;
5. **Escassez:** aciona a tendência humana da aversão à perda, já que pessoas atribuem mais valor a oportunidades limitadas;
6. **Compromisso e coerência:** garantem um compromisso inicial e estão propensos a funcionar bem com pessoas mais experientes.

# Qual é o gatilho mais poderoso?

---

O gatilho mental gera um comportamento em quem está lendo, mas precisa ser feito no momento correto pra funcionar. Precisamos tomar cuidados com os 2 extremos dos gatilhos na copy:

- Nunca usar: você não gera desejo suficiente nas pessoas e perde vendas;
- Usar a todo momento: você se torna chata e perde vendas.

O gatilho mais poderoso é o que mais se adequa naquele momento. Vamos ver quando usar cada um deles.

# Como usar a reciprocidade?

---

Relembrando:

Reciprocidade exige que uma pessoa tente retribuir, na mesma maneira, o que outra pessoa forneceu.

Como aplicar isso sendo copywriter?

- Fazendo conteúdo gratuito nas redes sociais ou em blogs (pode ser através de anúncios também);
- Entregando um material gratuito (e-book, checklist, masterclass) em troca do e-mail pra criar uma lista de interessados no produto;
- Escrevendo e-mails com conteúdo relevante 1x por semana, por exemplo;

# Como usar a reciprocidade?

---

Importante:

A reciprocidade é aplicada antes da venda. Você entrega tanto, ajuda tanto a sua seguidora que ela se sente "obrigada" a retribuir. Isso é natural do ser humano (o Robert Cialdini explica a parte psicológica desse efeito).

Por isso, o marketing de conteúdo é tão importante nos dias de hoje, em que as pessoas recebem milhões de informações por dia. Um bom texto, um bom material, uma boa aula, fazem com que a pessoa pare, leia/assista, preste atenção e queira receber mais. Esse é o começo do relacionamento com o seu lead.

# Como usar a reciprocidade?

---

É a famosa frase do Ícaro em prática:

"Marketing é transformar segundos em minutos."

# Como usar a afeição?

---

Relembrando:

Afeição enfatiza fatores que influenciam a proximidade, como atração física, elogios e familiaridade.

Esse gatilho é praticado no dia a dia e tem TUDO a ver com a construção da persona. Na maioria das vezes, atraímos pessoas semelhantes a nós ou que desejam ser como nós. Por isso, precisamos pensar: quem queremos atrair?

Exemplo prático: você deseja vender pra mães católicas? Isso deve estar presente na sua comunicação inteira: cores, palavras, acessórios, roupas, maquiagem, artes...

# Como usar a afeição?

---

Por isso é tão importante mostrar a sua personalidade: as pessoas vão decidir comprar ou não de você por isso, pela afeição/familiaridade que elas sentem.

Não queira ser mais uma e vender pra todo mundo. Queira vender para quem compartilha dos mesmos princípios e tem os mesmos gostos.

Assim, fica muito mais fácil agradar o seu cliente. Não mostre seu posicionamento somente no conteúdo pago, mostre no gratuito também e já faça esse filtro de quem concorda com o seu posicionamento.

# Como usar a afeição?

---

Além dos elementos visuais, como aplicar isso sendo copywriter?

- Palavras do mundo do cliente (exemplo: gírias, sotaque);
- Contar situações que o seu cliente já passou (jornada do herói funciona muito aqui, contando situações de superação, dos primeiros passos, do começo da carreira...);
- Compartilhar conquistas, mesmo pequenas, inspirando e mostrando que o cliente também vai conseguir atingi-las.

# Como usar a aprovação social?

---

Relembrando:

**Aprovação social** estimula o consentimento de uma pessoa a um pedido, informando-lhe que outros indivíduos também concordam com ele.

Também chamado de "prova social", a melhor forma de usar esse gatilho é através de feedbacks e depoimentos/mensagens sobre o seu produto ou serviço.

Para exemplificar, o próprio Robert (se não me engano) traz esse exemplo dentro do livro.

# Como usar a aprovação social?

---

"Você está em uma cidade/bairro que não conhece. Tem 2 sorveterias: uma com fila e outra vazia. Qual você escolhe?"

Normalmente, escolhemos a que tem mais fila. É inconsciente: se muitas pessoas gostam, deve ser melhor. Eu faço isso com tudo, até com as barracas de pastel e de caldo de cana na feira. Sempre escolho a mais cheia.

Mesmo que demore mais, o fato dela estar mais cheia me diz que ela é melhor. Essa é a prova social: outras pessoas recomendam o serviço.

# Como usar a autoridade?

---

Relembrando:

Autoridade é o resultado do indivíduo ser visto tanto como especialista quanto como uma pessoa confiável.

Essa definição quebra o mito de que só tem autoridade quem tem um perfil grande ou é muito famoso. Não necessariamente.

Você pode ter um perfil pequeno, mas se os seus seguidores confiam no que você fala e no trabalho que você executa, você tem autoridade na área.

# Como usar a autoridade?

---

É importante usar a autoridade na bio das redes sociais e deixar salvo nos destaques também.

Por exemplo: se o cliente foi mencionado em uma revista, isso traz autoridade. Se ele deu uma entrevista, foi a um podcast, teve resultados expressivos (principalmente se é do mercado de lançamentos)...

Cientes grandes também trazem autoridade pra gente, como social media. Por muito tempo, deixei na minha bio: "Copywriter @faveladoinvestidor"

# Como usar a autoridade?

---

A prova social também traz autoridade, mas aqui você pode usar outros elementos além dos que eu citei no slide anterior sem precisar ter clientes:

- Cursos e formações;
- Anos de experiência ou de formação;
- Trabalhos realizados (pode ser portfólio fictício, mas o real tem mais peso aqui).

# Como usar a escassez?

---

Relembrando:

Escassez aciona a tendência humana da aversão à perda, já que pessoas atribuem mais valor a oportunidades limitadas.

Clássico gatilho para lançamentos! Podem ser tanto vagas limitadas quanto apenas alguns dias para realizar a compra.

Como copy, lembre isso em toda comunicação do lançamento pra que a pessoa saiba que, se bobear, vai ficar sem.

# Como usar a escassez?

---

Esse é o gatilho que mais precisamos ter cuidado! Precisamos relembrar que as vagas são limitadas ou que a promoção dura somente até X dia, mas tem 2 pontos essenciais aqui:

- Que isso seja feito somente na época das vendas (98% do tempo engajando, 2% do tempo vendendo) pra audiência não ficar de saco cheio;
- Que o prazo dito seja 100% cumprido. Nem um minuto a mais, nenhuma exceção. Se você não cumprir, perde a credibilidade e a escassez deixa de funcionar.

# Como usar a escassez?

---

Podemos usar:

- Vagas limitadas;
- Brinde por tempo limitado;
- Curso aberto somente dos dias X a Y;
  - Última turma por esse preço;
- Nunca mais o produto vai ser vendido;
  - Apenas X unidades do produto.

# Como usar compromisso e coerência?

---

Relembrando:

**Compromisso e coerência** garantem um compromisso inicial e estão propensos a funcionar bem com pessoas mais experientes.

Esse gatilho é muito importante no longo prazo!! E também funciona pra motivar sua audiência, e até você mesma, a fazer alguma ação, desafio ou criar um movimento.

Por exemplo: eu leio 5 páginas todos os dias pra dar o exemplo, pois eu posto somente se ler de verdade (compromisso e coerência andam juntos). O compromisso público me incentiva a ler todos os dias.

# Como usar compromisso e coerência?

---

Relembrando:

Você pode incentivar a sua audiência, ou a do seu cliente, a fazer exercício diariamente, a ser 1% mais protagonista a cada dia (Luana Carolina), a ver 1 aula por dia...

Dependendo do nicho, o compromisso é diferente. Podem ser compromissos diários ou somente do lançamento. É muito comum que as pessoas criem um movimento ao redor das lives de lançamento e iniciem esse movimento como parte do desafio.

Exemplo: postar um story com a #eumecuido.

# Como usar compromisso e coerência?

---

Esse gatilho faz com que a gente queira participar de um movimento que estamos vendo outras pessoas participarem.

E, quando prometemos algo em voz alta, quando fazemos um compromisso público, a chance de cumprirmos é muito maior.

Por isso, recomendo que todas usem o compromisso no próprio perfil. Pode ser algo bem pequeno, como as 5 páginas, mas que inspire um mundo melhor.

# Como usar compromisso e coerência?

---

Como copy, você pode:

- Definir metas com a audiência e ir mostrando as % concluídas (exemplo: ter uma carteira pública de investimento / ter aula mostrando o faturamento mensal);
  - Criar uma hashtag;
  - Motivar pequenas atitudes diárias.

É importante que a coerência acompanhe esse movimento: ele deve ser real e relevante para a audiência.

# Você gostou da aula?

---

Eu amei preparar, adoro falar sobre esse tema!

Algumas alunas pediram para eu criar um mini curso de copy. Quero trazer algo bem prático e que seja com dúvidas reais de vocês.

Quem puder, coloca dúvidas de copy no formulário de sugestões de aulas, por favor?

Vou deixar o link aqui:

<https://forms.gle/RWQpzS1XfPomcyKfA>

# Desafio da semana:

---

Fazer 1 post no seu perfil explicando 1 dos gatilhos!

Ou: usar um dos gatilhos na prática! Postando feedbacks, atualizando a bio...

