

O QUE SÃO GATILHOS MENTAIS E COMO USÁ-LOS PARA VENDER MAIS

AUTORIDADE

Explora a tendência natural das pessoas de seguir e respeitar figuras de autoridade. Este gatilho pode ser utilizado para aumentar a credibilidade de uma marca, produto ou especialista, e convencer o consumidor de que ele está fazendo uma escolha certa e segura. **ESSENCIAL** para venda de produtos e serviços de alto ticket.

Segmento: É especialmente eficaz em negócios B2B, em que a autoridade e a especialização são valorizadas.

Exemplo: Utilizar depoimentos de especialistas ou celebridades para endossar um produto ou serviço.

PROVA SOCIAL

No geral, as pessoas possuem uma tendência de seguir o comportamento dos outros. O gatilho de prova social pode ser utilizado para criar uma sensação de pertencimento e convencer o consumidor de que muitas outras pessoas já compraram o produto ou serviço.

Segmento: É eficaz em todos os segmentos, especialmente em negócios que envolvem processos burocráticos como serviços de advocacia, além de moda e beleza.

Exemplo: Utilizar depoimentos de clientes satisfeitos ou destacar o número de seguidores nas redes sociais.

RECIPROCIDADE

Naturalmente, os seres humanos possuem o instinto de retribuição de favores. A reciprocidade pode ser utilizada para criar um relacionamento mais próximo com o consumidor e aumentar a fidelidade à marca.

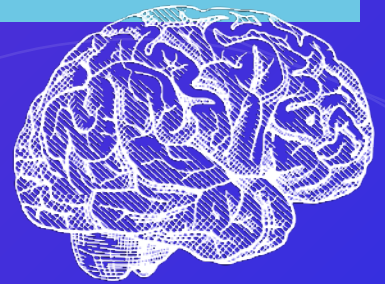
Segmento: É eficaz em todos os segmentos, especialmente em negócios B2B.

Exemplo: Oferecer brindes ou amostras grátis aos clientes.

Os gatilhos mentais (ou recursos mentais), são técnicas de persuasão que exploram aspectos do comportamento humano para influenciar a tomada de decisão. Na publicidade, os gatilhos mentais são muito utilizados para aumentar as vendas e engajar o público-alvo.

Esses gatilhos são utilizados por meio de textos, imagens, vídeos e qualquer formato de material em que serão utilizadas palavras, exemplos, tom de voz e até histórias para despertar os recursos mentais desejados.

Os principais **GATILHOS MENTAIS** que você pode começar a aplicar hoje em seu negócio são:



ESCASSEZ

Com este gatilho, ativamos a sensação de perda iminente, gerando o medo de perder uma oportunidade que não irá se repetir. Muitas compras e contratações são realizadas de forma impulsiva, e este gatilho aumenta a sensação de urgência e incentiva a ação imediata do consumidor, o que leva o cliente a tomar a decisão de compra mais rapidamente.

Segmento: É eficaz em todos os segmentos, mas é especialmente utilizado em e-commerce e vendas diretas.

Exemplo: Oferecer descontos por tempo limitado ou destacar a quantidade limitada de um produto em estoque. **Sites** como Shopee e Mercado Livre utilizam desse gatilho.

NOVIDADE

O cérebro humano está sempre em busca de novidades (por isso o sucesso das redes sociais e das famosas ANTECIPAÇÕES). O gatilho de novidade pode ser utilizado para destacar a originalidade de um produto ou serviço e despertar a curiosidade do consumidor.

Segmento: É eficaz em todos os segmentos, especialmente em negócios de tecnologia e inovação.

Exemplo: Destacar os recursos e funções inovadoras de um produto ou serviço. A Apple utiliza este gatilho nos lançamentos das novas versões de seus produtos.