



Como Usar Gatilhos Mentais Em Vendas?

Os 7 Mais Poderosos

(Autora: Aline Resende)

Quais são os 7 gatilhos mentais?

Antes de começar: “ser humano e demonstrar emoção é essencial”

Primeiro gatilho mental para vendas: **Reciprocidade**

Segundo gatilho mental para vendas: **Prova Social**

Terceiro gatilho mental para vendas: **Escassez**

Quarto gatilho mental para vendas: **Perda ou Urgência**

Quinto gatilho mental para vendas: **Autoridade**

Sexto gatilho mental para vendas: **Por quê?**

Sétimo gatilho mental para vendas: **Antecipação e Novidade**

Como usar gatilhos mentais para vendas?

Você já parou para pensar o que faz as pessoas comprarem? Por que elas se sentem atraídas por determinados produtos ou serviços?

Quem trabalha nas áreas de marketing e vendas provavelmente já pensou nisso em vários momentos e a resposta para essas duas perguntas é surpreendente:

Todas as nossas decisões são tomadas, inicialmente, de maneira inconsciente e, só depois, vêm a consciência, normalmente acompanhada de uma justificativa racional.

Um estudo realizado pela AAAS, Associação Americana para o Avanço da Ciência, mostrou que o **ato de escolher** se divide em **três partes**:



Crozariolli & Crozariolli Treinamentos Profissionais Ltda
CNPJ 11.096.887 / 0001 - 80
CMC 125.800
Av. Moranguêira, 5.704 Cond. Monte Alto - Lote 60
Zona 53 - Maringá/Pr - CEP 87.035 - 570



Seu cérebro decide o que você vai fazer;

Essa decisão aparece na sua consciência, o que transmite a sensação de que você está tomando a decisão de forma racional;

Você age de acordo com a decisão tomada.

Por mais estranho que possa parecer, existe um número enorme de decisões que nosso cérebro toma e executa sem informar à nossa consciência.

Isso ocorre porque, se nosso cérebro tivesse que analisar cada aspecto da situação, ele viveria em um cansaço constante.

Para solucionar isso, nosso sistema nervoso possui um mecanismo de filtragem para validar nossas escolhas. E é exatamente nessa hora que os gatilhos mentais são importantes.

O que são gatilhos mentais?

Gatilhos mentais são técnicas de persuasão que se relacionam com aspectos instintivos, emocionais e sociais presentes em todos os seres humanos.

Portanto, vai aqui uma boa notícia: é possível trabalhar a parte psicológica e comportamental dos seus leads para influenciá-los a comprar seu produto ou serviço.

Esse não é um processo simples, mas ao lançar mão dos gatilhos mentais, você melhora, e muito, a sua abordagem com os leads.

Os gatilhos mentais são utilizados em diversas situações em marketing e vendas.

Você pode nunca ter percebido, mas em lançamentos de produto, propagandas em jornais e revistas, comerciais na TV e até nas rádios, eles aparecem bastante.

Nesse blog post vou mostrar alguns gatilhos mentais que considero importantes e como usá-los para vendas. Lembre-se: cada um desses gatilhos têm uma característica essencial que irá ajudar na sua abordagem.



Crozariolli & Crozariolli Treinamentos Profissionais Ltda
CNPJ 11.096.887 / 0001 - 80
CMC 125.800
Av. Moranguêira, 5.704 Cond. Monte Alto - Lote 60
Zona 53 - Maringá/PR - CEP 87.035 - 570

Vamos lá?

Antes de começar: “ser humano e demonstrar emoção é essencial”

Mostre ao seu lead que você é uma pessoa real, e que você o enxerga como uma pessoa real e importante. Pessoas gostam de se sentir importantes e, por isso, adoram ser valorizadas pelo que fazem.

Isso pode parecer óbvio em um primeiro momento, mas muitas pessoas se perdem na hora de escrever emails e acabam parecendo um robô.

Visite algum perfil social do seu cliente (o LinkedIn é o melhor) e comente que você fez isso. Mostre que você se preocupou em conhecê-lo melhor antes de abordá-lo.

Esse cuidado na hora da prospecção irá gerar um rapport e isso fará com que ele se sinta mais propenso a querer conversar com você.

Além disso, as pessoas raramente compram lógica. Se você for capaz de despertar emoções nas pessoas, será muito mais fácil influenciá-las.

Mas quais são as emoções que movem os clientes?

Na prática, podemos afirmar que todas as decisões de compra acabam resultando na integração de 6 emoções principais:

Ganância: mostre ao seu lead que, com sua solução, ele irá alcançar resultados melhores e será muito mais lucrativo;

Orgulho: mostre que a decisão de compra é a melhor decisão que ele pode tomar, a mais inteligente, que irá orgulhá-lo dos resultados;

Medo: mostre as consequências negativas dele continuar executando o processo dele sem o auxílio da sua solução;

Inveja: mostre o quanto alguns concorrentes podem atrapalhá-lo e o quanto eles estão na frente por terem escolhido uma solução como a sua, ou até a sua mesmo;

Altruísmo: demonstre como o trabalho dele, a decisão que está prestes a tomar, pode ajudar a empresa a crescer e escalar;



Vergonha: prove que, se o seu lead não tomar a decisão o quanto antes, isso pode ser um grande erro.

Ao persuadir seu cliente por meio da emoção, tome cuidado para não confundir persuasão com manipulação.

A manipulação é a prática de utilizar a persuasão sem ética, o que pode te trazer mais prejuízos do que benefícios. Por isso, seja cauteloso e, acima de tudo, verdadeiro.

Primeiro gatilho mental para vendas: Reciprocidade

A reciprocidade é um dos gatilhos mentais mais importantes em vendas.

Temos a tendência natural de retribuir àquilo que nos gera valor, que nos gera uma boa experiência, mas precisamos perceber esse ato como algo espontâneo, feito de coração.

Já falamos por aqui sobre ser relevante, que você, como vendedor, deve trazer contexto ao cenário do lead para convencê-lo de que você pode ajudar no problema que ele tem.

Você pode, por exemplo, em meio ao seu processo de prospecção, enviar um email para o lead com algum conteúdo que resolve algum pequeno problema que ele acabou revelando para você.

Dessa forma, seu lead irá se sentir grato por você ter ajudado e vai querer retribuir de alguma forma, o que esperamos que seja com o fechamento.



Crozariolli & Crozariolli Treinamentos Profissionais Ltda
CNPJ 11.096.887 / 0001 - 80
CMC 125.800
Av. Moranguêira, 5.704 Cond. Monte Alto - Lote 60
Zona 53 - Maringá/PR - CEP 87.035 - 570

Segundo gatilho mental para vendas: Prova Social

Mostre a seus prospects que eles não estão sozinhos. A melhor forma de utilizar a prova social como um gatilho mental está relacionada à sensação de pertencimento.

Os seres humanos precisam se identificar com um grupo social e isso interfere bastante na tomada de decisão. Quanto mais pessoas indicarem determinado produto, mais esse produto atrairá novos consumidores.

Utilize então, na sua abordagem em vendas, alguns cases de sucesso dos seus clientes, principalmente quando relacionados ao cenário do lead. Assim ele irá sentir que faz parte de um grupo de sucesso.

Terceiro gatilho mental para vendas: Escassez

Quando há menos de alguma coisa, as pessoas vão querer mais. Isso acontece porque os seres humanos dão mais importância para aquilo que perderam ou estão prestes a perder.

As melhores estratégias para ativar o gatilho mental da escassez é explorando algum desses quatro tipos:

Escassez de tempo: a necessidade é urgente e, por isso, precisa ser resolvida em pouco tempo;

Escassez de lote: quando há um preço promocional, que pode acabar a qualquer momento, o senso de urgência é maior por parte do consumidor;

Escassez de bônus: quando é oferecido um bônus para que o cliente compre o produto ou serviço em determinado período ou em quantidade predeterminada;

Escassez de vagas: quando o serviço possui vagas limitadas o cliente precisa se decidir logo ou pode ficar sem conseguir uma delas.

O único cuidado que se deve ter ao gerar escassez é que ela precisa ser verdadeira. Mais cedo ou mais tarde isso pode vir à tona e sua empresa poderá perder credibilidade.

Quarto gatilho mental para vendas: Perda ou Urgência

Esta técnica baseia-se na relutância universal do ser humano ao ver algo sendo retirado dele. Este gatilho mental funciona muito bem em emails.

Nesses emails você deve deixar claro que essa é a última vez que você irá tentar estabelecer contato. Isso pode até soar meio estranho, mas funciona bastante.

Ao fazer isso, você despertará um gatilho que dará a sensação de que o lead está perdendo aquela chance. Ou ele responde o seu email ou ele perde a oportunidade de resolver o problema dele com o seu produto.

Esse gatilho mental pode soar muito parecido com o de escassez. Aqui você despertará a mesma reação no lead, só que esse sentimento está diretamente relacionado à escassez de tempo.

Um exemplo claro de urgência é a Black Friday. Os consumidores tem apenas um dia por ano para fazer compras com descontos incríveis, ou eles compram nesse dia ou é só ano que vem.

Quinto gatilho mental para vendas: Autoridade

Pessoas seguem autoridades. Elas tendem a seguir as recomendações de alguém que consideram superior.

Um experimento feito por Stanley Milgram em 1963 mostrou participantes que estavam dispostos a castigarem pessoas que erravam as respostas de algumas perguntas, movidas pela ordem de uma autoridade.

Os choques eram de mentira, mas os atores demonstravam cada vez mais dor. Mesmo se sentindo desconfortáveis com a situação, os participantes cumpriam com o que era mandado.

Claro que esse é um exemplo extremo, mas o gatilho mental da autoridade é ativado quando a empresa se posiciona como autoridade, um especialista no assunto.



Você precisa mostrar, em suas abordagens, que você tem uma reputação, e pode fazer isso através de conteúdos relevantes, vídeos, podcasts, webinars, cursos, eventos, entre outros.

Sexto gatilho mental para vendas: Por quê?

Existem algumas palavras que tem um poder bem maior do que outras e a palavra porquê é uma delas.

Para ativar esse gatilho você precisa, por exemplo, mostrar ao cliente o porquê ele deve experimentar o produto ou serviço que a sua empresa oferece.

Nossa mente está sempre tentando encontrar uma explicação para as coisas. Portanto, explicar o porquê das coisas é uma maneira eficaz de ativar um gatilho mental.

Esse comportamento humano já foi explicado e estudado por vários pesquisadores.

Em seu livro, Influence, Robert Benio Cialdini mostra diferentes pedidos de uma pessoa tentando furar uma fila para xerox. A pergunta com maior percentual de reações positivas foi:

Tenho cinco páginas. Posso usar a máquina de xerox porque estou com pressa?

Mesmo que não seja um bom argumento, as pessoas gostam de saber as razões para o que elas fazem. Se você justificar o que está fazendo e porque está fazendo, a chance do lead confiar em você é bem maior.

Considerando esses dados, não deixe de incluir nos seus emails de prospecção a razão de você estar prospectando aquele potencial cliente e porque sua solução é a melhor opção.

Em uma campanha premiada no Festival Internacional de Criatividade Cannes Lions, o time Esporte Clube Vitória, naturalmente rubro-negro, radicalizou.



Crozariolli & Crozariolli Treinamentos Profissionais Ltda
CNPJ 11.096.887 / 0001 - 80
CMC 125.800
Av. Moranguêira, 5.704 Cond. Monte Alto - Lote 60
Zona 53 - Maringá/PR - CEP 87.035 - 570



Eles informaram à torcida que só voltariam a usar vermelho nos uniformes quando os estoques de sangue do Hemoba, hospital de Salvador, aumentassem. Com menos de duas semanas o número de doações aumentou 46%.

O tema O Vitória só depende do torcedor para voltar a ser rubro-negro se mostrou um bom motivo para levar inúmeros torcedores ao hospital para doar sangue.

Sétimo gatilho mental para vendas: Antecipação e Novidade

Quando você assiste um trailer empolgante, você quer ver o filme logo? Quando a Apple lança o iPhone, você quer comprá-lo em pré-venda?

Esse é o poder do gatilho mental de antecipação agindo sobre a sua mente. Por que não fazer o mesmo com seus leads?

Divulgar teasers, compartilhar materiais ricos relacionados ou fazer contagens regressivas nas redes sociais, deixa os visitantes empolgados e ansiosos pelos próximos passos.

Esse sentimento é bem parecido com o que sentimos quando nos deparamos com uma novidade. Por queremos trocar de smartphone todo ano? Acredite, essa sensação é cientificamente calculada.

Quando os seres humanos são expostos a algo novo, há um aumento na liberação de dopamina, neurotransmissor responsável pela sensação de prazer.



Crozariolli & Crozariolli Treinamentos Profissionais Ltda
CNPJ 11.096.887 / 0001 - 80
CMC 125.800
Av. Moranguêira, 5.704 Cond. Monte Alto - Lote 60
Zona 53 - Maringá/PR - CEP 87.035 - 570



Conclusão: como usar gatilhos mentais para vendas?

Em resumo, os gatilhos mentais requerem, talvez, um pouco de conhecimento em psicologia, mas são adequados para qualquer tipo de negócio.

Existem vários outros gatilhos mentais, mas esses são os que mais aplicamos e que consideramos ter maior eficácia aqui na Outbound Marketing & Reev.

Se você utilizá-los de maneira adequada em suas abordagens, com certeza terá ótimas taxas de conversão. E você? Costuma utilizar algum outro gatilho mental?

Aline Resende: Trabalhou como diretora de projetos na Mult Jr e consultora na Outbound Marketing. Atuou como pesquisadora na área de desenvolvimento em energia solar na universidade americana University of Nevada - Reno. Fazer trilha, explorar novos lugares e fotografar são seus hobbies favoritos.



Crozariolli & Crozariolli Treinamentos Profissionais Ltda
CNPJ 11.096.887 / 0001 - 80
CMC 125.800
Av. Moranguêira, 5.704 Cond. Monte Alto - Lote 60
Zona 53 - Maringá/Pr - CEP 87.035 - 570