

[ e-book ]

# Gatilhos mentais são estratégias poderosas para impulsionar vendas



**SEBRAE**

MARCA REGISTRADA

# GATILHOS MENTAIS



A habilidade de influenciar as decisões dos consumidores faz muita diferença para o sucesso de qualquer negócio.

O uso inteligente de gatilhos mentais em argumentos de venda é uma estratégia eficaz para alcançar esse objetivo.

Os gatilhos mentais são estímulos psicológicos que ativam respostas automáticas e inconscientes nas pessoas, influenciando decisões e comportamentos.

Eles exploram os padrões de pensamento e comportamento humano para criar conexões emocionais e motivar ações específicas.

Existem **diversos tipos de gatilhos mentais**, cada um com sua própria forma de impactar as decisões de compra. Aqui estão alguns dos mais eficazes.

**Veja como usá-los para vender mais:**



01

# ESCASSEZ



A percepção de que algo é limitado e vai esgotar cria um senso de urgência e incentiva as pessoas a agir rapidamente.

Empresários podem utilizar esse gatilho destacando a disponibilidade limitada de um produto ou serviço, ou oferecendo promoções por tempo limitado.

01

# ESCASSEZ



## EXEMPLO

Imagine que você é proprietário de uma loja de roupas online.

Você pode:

- Anunciar que a coleção de camisas possui uma **quantidade limitada** de peças.
- Introduzir uma **contagem regressiva** visível em seu site ou redes sociais, mostrando o tempo restante até que a coleção de edição limitada não esteja mais disponível para compra.
- Oferecer **vantagens exclusivas** para os clientes que comprarem as camisas da coleção de edição limitada dentro de um período específico.

02

# URGÊNCIA



Semelhante à escassez, a urgência pressiona os clientes a agir imediatamente para não perder uma oportunidade valiosa.

Ofertas com prazos de validade curtos ou descontos exclusivos para compras rápidas são excelentes exemplos de como esse gatilho pode ser aplicado.

# URGÊNCIA



## EXEMPLO

Suponha que você seja o proprietário de uma loja de eletrônicos e está lançando uma promoção de final de semana para aumentar as vendas de uma linha de smartphones. **Você pode:**

- Anunciar que a promoção **estará disponível apenas durante o final de semana**. Destaque isso em seu site, em seus materiais de marketing e nas redes sociais, informando aos clientes que a oportunidade é temporária e que precisam agir rapidamente para aproveitar os preços reduzidos.
- Oferecer **descontos progressivos** ao longo do final de semana para aumentar a sensação de urgência. Por exemplo, você pode começar com um desconto inicial maior no primeiro dia da promoção e reduzir gradualmente o desconto nos dias seguintes.
- Enviar e-mails, mensagens de texto ou notificações push para seus clientes informando sobre a promoção de final de semana e **destacar a urgência da oferta**.

03

## AUTORIDADE



As pessoas tendem a confiar e seguir aqueles que são vistos como autoridades em determinado assunto.

Empresários podem utilizar esse gatilho destacando certificações, prêmios, ou depoimentos de especialistas para reforçar a credibilidade de sua marca e influenciar positivamente as decisões de compra.

# 03

## AUTORIDADE



## EXEMPLO

Pense que você é o proprietário de uma loja de suplementos alimentares e deseja aumentar as vendas de um novo produto de proteína vegana. **Você pode:**

- **Destacar recomendações** de nutricionistas renomados ou influenciadores da área de saúde e fitness que endossam os benefícios do seu produto de proteína vegana.
- **Referenciar estudos científicos** que comprovem a eficácia e os benefícios da proteína vegana em relação à saúde e ao desempenho físico.
- **Destacar as certificações** e selos de qualidade que o seu produto de proteína vegana recebeu de instituições reconhecidas no setor alimentício.
- **Apresentar depoimentos** de clientes satisfeitos que tenham experimentado resultados positivos ao usar o seu produto de proteína vegana.



04

## PROVA SOCIAL



O comportamento das pessoas é frequentemente influenciado pelo que os outros estão fazendo.

Depoimentos de clientes satisfeitos, avaliações positivas e números impressionantes de vendas são formas eficazes de utilizar esse gatilho para criar confiança e gerar interesse nos produtos ou serviços oferecidos.

# 04

## PROVA SOCIAL



### EXEMPLO

Você tem uma loja de moda feminina e deseja aumentar as vendas de um novo modelo de vestido de festa. **Você pode:**

- **Mostrar depoimentos de clientes** que compraram e ficaram satisfeitas com o vestido. Destaque esses depoimentos em seu site, nas páginas de produto do vestido e em suas campanhas.
- **Incentivar suas clientes a compartilhar fotos** delas mesmas usando o vestido de festa em suas redes sociais, utilizando uma hashtag específica da sua loja. Compartilhe você também as fotos em suas redes sociais e em seu site, mostrando como o vestido fica bem em diferentes tipos de corpo e em diferentes ocasiões.
- Se o vestido de festa estiver vendendo bem ou se restarem poucas unidades, destaque essa informação em seu site e em suas campanhas de marketing. **Isso cria uma sensação de urgência** e prova que o vestido é popular entre os clientes

Você pode..

# 05

## RECIPROCIDADE



As pessoas têm uma forte tendência a retribuir favores e gestos de generosidade.

Empresários podem utilizar esse gatilho oferecendo brindes, amostras grátis ou conteúdo exclusivo em troca de informações de contato dos clientes, estabelecendo assim um relacionamento inicial que pode levar a futuras vendas.

# 05

## RECIPROCIDADE



## EXEMPLO

Imagine que você seja o proprietário de uma loja de produtos de beleza e deseja aumentar as vendas de uma nova linha de cremes faciais. Você pode:

- **Oferecer amostras grátis** do creme facial para os clientes que visitarem sua loja. Essas amostras podem ser distribuídas junto com as compras dos clientes, como um brinde adicional, ou disponibilizadas em um balcão específico para que os clientes possam experimentar o produto antes de comprar.
- **Entregar um brinde especial** para os clientes que comprarem o creme facial. Ao receber um presente inesperado, os clientes se sentirão valorizados e mais propensos a retribuir a gentileza fazendo uma compra.
- **Oferecer acesso a conteúdo exclusivo** relacionado aos benefícios do creme facial para os clientes que se inscreverem em sua lista de e-mails ou seguirem suas redes sociais.

# 06

## CURIOSIDADE



Despertar a curiosidade dos clientes é uma maneira eficaz de envolvê-los e incentivá-los a explorar mais sobre seu produto ou serviço.

Empresários podem utilizar esse gatilho apresentando perguntas intrigantes, prometendo revelações surpreendentes ou oferecendo teasers de conteúdo exclusivo para despertar o interesse do público-alvo.

# 06

## CURIOSIDADE



## EXEMPLO

Pense que você tem uma livraria e deseja aumentar as vendas de um novo romance de suspense de um autor importante.

Você pode:

- **Escrever uma descrição intrigante do livro**, destacando elementos misteriosos da trama e deixando perguntas no ar. Por exemplo, você poderia dizer: "Um assassinato chocante. Um segredo sombrio. Um detetive determinado.
- **Disponibilizar um teaser dos primeiros capítulos do livro** em seu site ou nas redes sociais da livraria. Escolha um trecho que deixe os leitores curiosos para saber o que acontecerá em seguida e que os motive a querer ler o restante da história.
- **Organizar um evento de lançamento do livro** com uma temática misteriosa. Por exemplo, você poderia decorar a livraria com elementos relacionados ao suspense, como luzes baixas, música suave e tensa e pistas falsas e verdadeiras espalhadas pelo local.



**QUER SABER MAIS?**  
Central de Relacionamento  
**0800 570 0800**  
**[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)**

