

# GATILHOS MENTAIS

de

vendas

Ativa.ai

# EBOOK GATILHOS MENTAIS DE VENDAS

**Apresentada como uma poderosa técnica de vendas, os Gatilhos Mentais atuam para auxiliar o seu processo, entendendo quais as necessidades dos prospects você poderá trabalhá-las para que consiga gerar o fechamento do negócio.**

**Entenda mais sobre o tema nas próximas páginas e boa leitura!**

# 05

---

**O QUE SÃO OS GATILHOS MENTAIS?**

# 06-14

---

**EXEMPLIFICANDO OS GATILHOS**

**Antecipação, afinidade, comprometimento, curiosidade, garantia, ganância, prova social, autoridade, pertencimento, aceitação e escassez.**

# 16

---

**ENCERRAMENTO DO EBOOK**

**Etambémonosso contato!**



## **Ativa.ai Inteligência Artificial**

**Uma empresa que utiliza algoritmos e processos de comunicação para auxiliar empresas na geração de negócios B2B, com mais de 200 clientes ativos agregando milhões de reais em receitas para seus clientes e parceiros.**

**[www.ativa.ai/#ClienteseCases](http://www.ativa.ai/#ClienteseCases)**

# O QUE SÃO OS GATILHOS MENTAIS?

Funcionando como uma máquina de otimizar processos e economizar energia, nosso cérebro automatiza certas ações pegando alguns atalhos em nossa mente. Atalhos dos quais podemos pegar carona para conduzir melhor os prospects com quem falamos.

O cérebro padroniza esses gatilhos para que alguns sentimentos e comportamentos aconteçam de forma automática.

Incorporando as técnicas que abordaremos nas próximas páginas em seu processo de vendas, você conseguirá escalar exponencialmente a sua organização.

Os Gatilhos Mentais podem ser vistos como uma parte da sua estratégia de vendas, por exemplo, sua mídia digital – site, redes sociais – abordam esses Gatilhos Mentais?



**Vamos exemplificar quais são esses gatilhos, o primeiro deles:**



# ANTECIPAÇÃO



**Para prender a atenção do seu público, O Gatilho Mental da Antecipação permite que você crie familiaridade com o consumidor. A ideia, é abrir “loops” na sua comunicação avisando o interlocutor sobre o que você vai falar, você puxa o assunto que depois o muda rapidamente, gerando expectativa.**

**Essa antecipação prende a atenção do público para algo importante que vai falar. Um grande exemplo desse gatilho são as próprias novelas “cenas dos próximos capítulos”.**

# COMPROMETIMENTO



**Um Gatilho Mental muito interessante, mas é mal utilizado, pois na nossa cultura latina, temos a mania que sermos persistentes.**

**Quando você encaminha o prospect durante a comunicação por um ciclo que o leva a concordar com você mesmo que intuitivamente, cria-se uma inercia e o prospect vai ter a tendência em responder “sim” a todas as suas perguntas, criando um comprometimento. O prospect respondeu “sim” a todas as características positivas do seu serviço, no momento da compra dificilmente ele irá responder “não”, criando assim, o poder da coerência.**

**O próprio prospect vai se questionar sobre a compra do seu serviço.**

**O gatilho do comprometimento, acaba fazendo com que se o prospect responder negativamente, dificilmente ele irá conseguir justificar essa resposta dentro de sua organização.**

**É importante frisar que não é uma pegadinha, a ideia não é confundir a pessoa, são processos comunicacionais que resolvem o problema dela. Do outro lado você precisa ter essa preocupação senão a sua empresa não vai para frente.**



# AFINIDADE

**A venda é um espelho! As pessoas tendem a comprar com o parâmetro da confiança e elas tendem a confiar em pessoas que são parecidas com elas. Não fisicamente, claro, mas em características.**

**Conhecendo as dores e desejos desses clientes, pode-se gerar uma identificação na comunicação, você mostra que conhece as dores e problemas do prospect e que tem a solução para elas, criando afinidade.**

**Um ponto interessante é quando você se torna a “persona transformada”, ou seja, a pessoa que o seu cliente gostaria de ser a partir da compra do seu produto, quem essa pessoa almeja ser.**





# CURIOSIDADE

**Todo mundo é curioso. O ser humano tem uma natureza aquisitiva a ser naturalmente curioso. Portanto, esse é um Gatilho Mental poderoso.**

**Falando de vendas B2B que são complexas e consultivas, essa complexidade faz com que as pessoas se percam no processo de compra e se algo que fica pendente nesse processo, o Gatilho Mental da curiosidade vai fazer com que o próprio prospect se mova e evolua no processo de vendas por ele mesmo, porque ele quer saber, você já gerou a curiosidade.**

**Foque em permanecer dentro da mente do prospect, quanto mais ele se aproximar, mais estará compelido a comprar algo.**



**O processo de vendas precisa ser ético e integro, portanto, a curiosidade só vai frustrar se o que você for entregar no final não tiver valor agregado é muito importante que você se coloque no lugar do prospect. Se você tem um serviço que não se encaixa para a pessoa a melhor coisa que você pode fazer é ser integro e cessar o processo, pedindo uma indicação etc. o que mostra que você realmente quer resolver o problema dessa pessoa.**

# GARANTIA

**Uma dor comum no processo de compra é o arrependimento, por isso, o Gatilho da garantia serve como algo que alivia a questão cognitiva do medo da compra futura, o medo de errar, o medo de perder, e esse gatilho alivia esse peso.**

**Existem executivos e empresários que não são avessos a tomar decisões, vivendo a vida inteira querendo não errar, mas sem disposição para acertar. Empresários que tiveram uma carreira de muito sucesso como funcionários, mas agora na posição de empreendedores, o mecanismo mental de não errar continua. A garantia vai fazer com que mesmo que algo dê errado, a pessoa tenha uma garantia para acionar.**





# GANÂNCIA

**A evolução é importante, sempre devemos almejá-la, mas não de um modo arrogante.**



**O ser humano ganancioso, tem que sentir que levou alguma vantagem, um sentimento de “nossa, isso saiu barato demais”, precisa ser gerado. Fazer com que o comprador sinta que levou alguma vantagem de você pode ser usado ao seu favor.**

**Faça com que essa pessoa sinta que está levando essa vantagem, trabalhe**

**o desejo de ganhar fácil e rápido, essas são características predominantes de pessoas gananciosas e nesse momento a razão vai sair de cena e dará lugar a emoção, isso possivelmente vai fazer com que ela feche a venda com você.**



**Porém, para ela sentir que ela está levando uma vantagem, você tem que fazer com que o valor percebido pelo cliente seja muito maior que o preço.**

**É preciso ser factível, não dá para oferecer mundos e fundos e no fim não ter nada a entregar. É preciso ter cuidado ao causar esse variação de valor percebido, você também precisa olhar para dentro da sua organização aquele preço não pode ser só você machucando a sua margem, você tem que trabalhar esse balanço desde que seja saudável e factível.**



# PROVA SOCIAL

**O Gatilho Mental da Prova Social tem como objetivo mostrar para o prospect, os clientes atuais comentando sobre a viabilidade da sua solução. Tendo uma quantidade de pessoas que já compraram e tiveram resultados com esse produto, muito provavelmente o potencial cliente irá associar que a sua solução irá funcionar para ele também.**

**Ter uma boa quantidade de pessoas comentando a sua solução passará credibilidade para pessoas que desconfiam de vendedores, porque sabemos que falar bem de si mesmo, muitas vezes não gera muito valor agregado, por isso a Prova Social matará objeções que podem surgir, como por exemplo, “será que esse produto serve para mim?”.**

**No início de uma empresa é muito difícil ter uma boa quantidade, por isso, é importante trabalhar com qualidade, trazendo alguém relevante com comentários significativos sobre sua organização. E se isso não for possível, basta utilizar frases com informações e dados que mostram que terceiros falam bem de você, também ajudará a corroborar com uma boa Prova Social.**

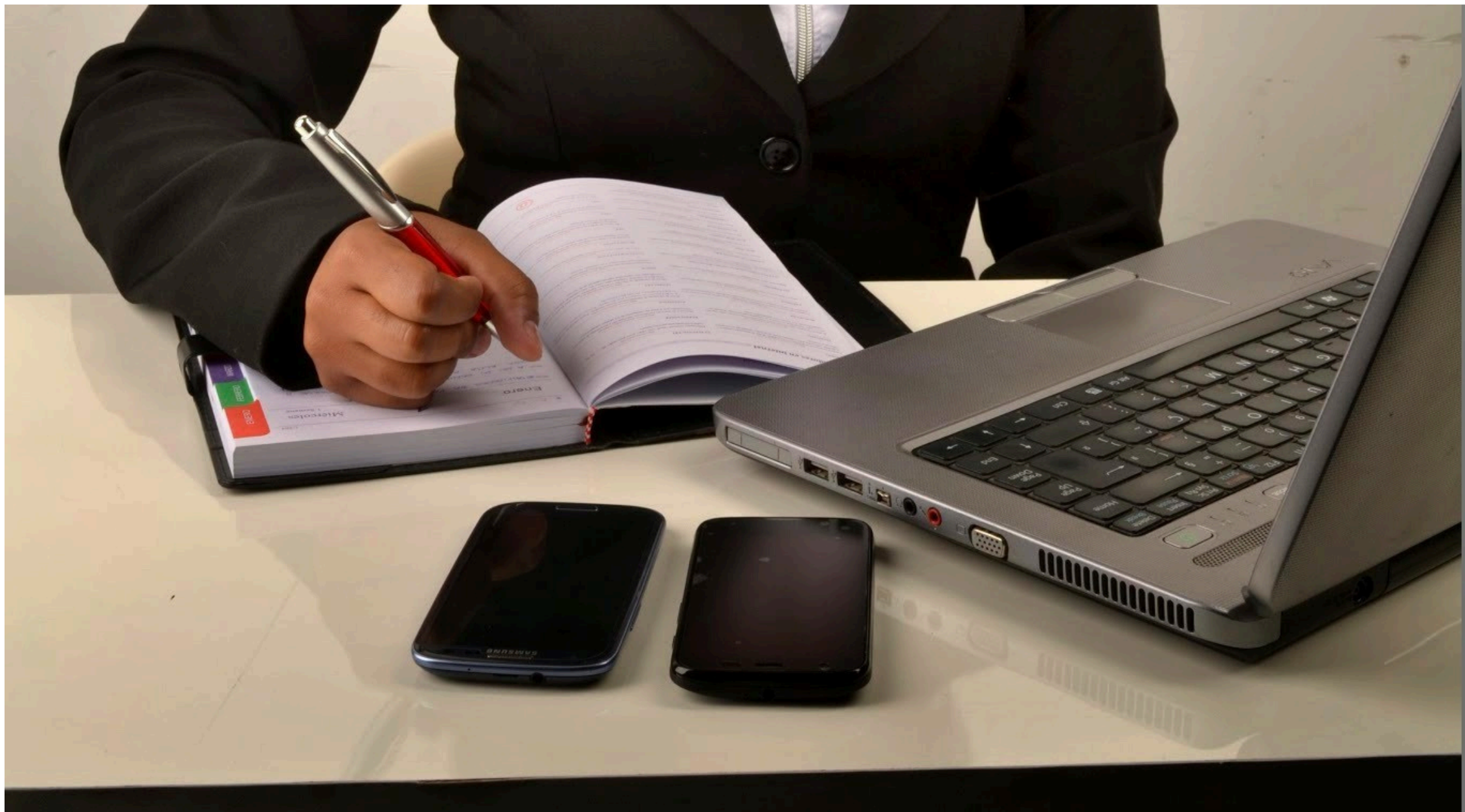
**Use frases com informações e dados como: “muitas pessoas têm me perguntado” “não apenas a IBM, cientistas afirmam que...~**

**“mais de 10 mil pessoas compraram/usaram/experimentaram/conheceram”  
“seja uma das mais de 100 mil pessoas que...~**

**Com essas frases, também é possível trazer à tona os Gatilhos Mentais da Cientificidade e Autoridade, comentar números relacionados a resultados de clientes que usam o seu serviço mostra que não é você que está dizendo aquilo sobre a sua própria empresa, mas sim, é um dado de quem está usando o seu serviço, e as pessoas tem uma tendência a acreditar nisso.**



# AUTORIDADE



**Se você tem uma empresa pequena ou pouco conhecida, usar o gatilho da autoridade pode te auxiliar a superar desconfiança dos seus prospects. A autoridade remete a pessoas com credibilidade independente do seu setor.**

**O ser humano vive em comunidade então ele é doutrinado desde a infância a não contrariar ordens de autoridades, e sim, apenas cumpri-las. A partir disso, já é possível resgatar um aspecto comportamental que foi incutido naquele prospect pelos pais desde cedo a respeitar autoridade.**

**Caso você não tenha essa autoridade, uma celebridade, por exemplo, pode transmitir credibilidade da qual você precisa para juntar audiência.**



# PERTENCIMENTO

**As pessoas têm a necessidade de pertencer a grupos. Um gatilho que pode ser considerado antigo, pois as descobertas arqueológicas apontam que para sobreviver era necessário ingressar em grupos.**



**O conceito do pertencimento pode ser dividido em dois grupos:**

**Aspiracional, ou seja, um grupo de vencedores, é um grupo que todo mundo quer fazer parte.**

**Situacional, quando a pessoa já pertence ao grupo, ou seja, você conversa de uma forma contextual a um grupo específico de profissionais.**

**Isso te ajudará a encontrar grupos de pessoas que façam sentido para o seu negócio e facilitará a sua comunicação e consequentemente a venda do seu produto.**



# ACEITAÇÃO SOCIAL

**Esse é um pouco diferente do pertencimento citado anteriormente, ele trabalha a dor da rejeição ou o fato de não ser aceito pelos demais.**

**Portanto também é um gatilho mental importantíssimo: As pessoas se preocupam muito com o que se comenta sobre elas e quando você oferece um produto/serviço cujo resultado final melhora a aceitação social, você tem um gatilho poderoso.**

**Para usar esse gatilho, crie um elemento que mostre que se a pessoa realizar uma ação, ela vai ser mais considerada.**

**Por exemplo: Um case de como o seu cliente obteve resultados com seu produto/serviço e isso o favoreceu no mercado.**

# ESCASSEZ

**Gera uma certa tensão no seu potencial cliente e consequentemente uma ação.**

**Então basicamente o medo de perder aquela possibilidade de comprar o seu serviço faz com que você desperte nele a reação, pois ele está com medo de ficar sem.**



# FECHAMENTO E CONTEÚDOS ADICIONAIS

**Aqui na Ativa ajudamos as empresas com seus processos comerciais e a prospectar digitalmente. Vem bater um papo conosco para entender nossos algoritmos de vendas e como ajudamos as empresas a alavancarem as suas vendas!**

**Conheça a base de conhecimento que deixamos pública com conteúdos dos nossos treinamentos, com recursos sobre SPIN e Social Selling e muito mais em:**

**[www.ativa.ai/treinamento-de-vendas](http://www.ativa.ai/treinamento-de-vendas)**

**E também nosso outro e-book com o tema sobre "Fechamento de Vendas" disponível em nosso site.**

**E mais! Aprimore suas Técnicas de Conversão no nosso curso de Formação Profissional de Vendas no link:**

**[symppla.com.br/formacao-profissional-de-vendas](http://symppla.com.br/formacao-profissional-de-vendas)**

**Fale conosco:**

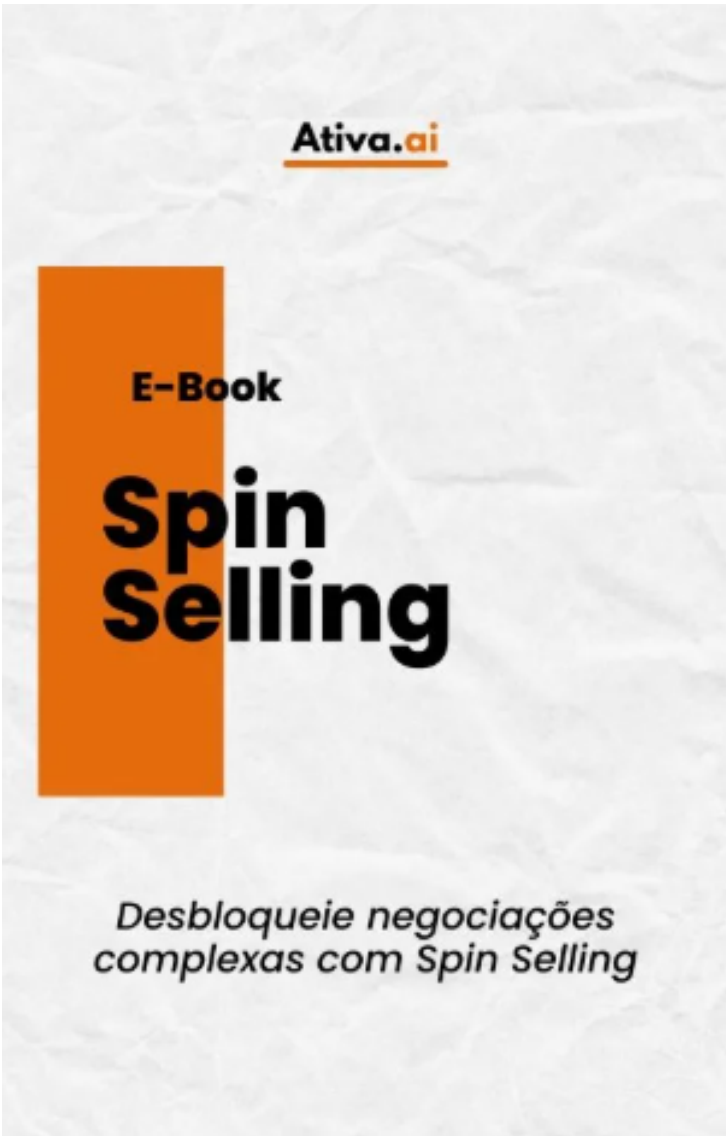
- **[vinicius.lima@ativa.ai](mailto:vinicius.lima@ativa.ai)**
- **[marketing@ativa.ai](mailto:marketing@ativa.ai)**
- **+55 11 97133-2137**

**Ativa.ai**

**[www.ativa.ai](http://www.ativa.ai)**



# CONHEÇA NOSSOS OUTROS E-BOOKS



**Ativa.ai**  
**www.ativa.ai**