



APRESENTA...

**34 GATILHOS MENTAIS PODEROSOS
PARA AUMENTAR SUAS VENDAS
EXPONENCIALMENTE**

Wilker Costa

TERMOS E CONDIÇÕES

É expressamente proibido plagiar, copiar, colar, divulgar ou distribuir de alguma forma esse material, todo ou parte do seu conteúdo. Este material possui direitos autorais e é protegido pela lei 9.610 de 10/02/1998. Portanto, qualquer ato que fere esses avisos é passivo de punição penal.

COMO UTILIZAR ESSE LIVRO

Este livro foi criado para ser usado como guia na hora de escolher os melhores gatilhos mentais para criar sua oferta.

O autor não se responsabiliza pela utilização das informações aqui contidas. Portanto, não existem garantias de rendimento. Toda e qualquer ação tomada após a leitura deste e-book é de única e exclusiva responsabilidade do leitor.

SOBRE WILKER COSTA

Wilker Costa é fundador de um dos melhores portais de cursos online do Brasil, os Cursos WL. Atualmente graduando do curso de licenciatura em computação pela universidade estadual do Ceará, o mesmo sempre se preocupou em construir o seu próprio negócio e viver sua vida plena como empreendedor.

Também atua como redator no blog wilkercosta.net, onde ensina pessoas a criarem o seu próprio negócio e assim conquistarem a liberdade de tempo e dinheiro.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
GATILHO MENTAL #01 – CURIOSIDADE: “SE VOCÊ ACHOU ISSO BOM, NÃO IMAGINA O QUE PREPAREI NESSE E-BOOK”	7
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	8
GATILHO MENTAL #02 – PROVA SOCIAL: “MUITA GENTE TEM ME PERGUNTADO...”	9
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	10
GATILHO MENTAL #03 – AUTORIDADE: “FAÇA COMO ROBERTO JUSTUS”	11
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	12
GATILHO MENTAL #04 – PERTENCIMENTO: “FAÇA PARTE DESSE MOVIMENTO”	12
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	13
GATILHO MENTAL #05 – CIENTIFICIDADE: “CIENTISTAS SOCIAIS DESCOBRIRAM QUE...”	14
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	15
GATILHO MENTAL #06 – ACEITAÇÃO SOCIAL: “O DANÇARINO HIPNÓTICO”	15
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	17
GATILHO MENTAL #07 – SEGURANÇA: “CONSUMIDOR SEGURO É CONSUMIDOR COMPRADOR”	17
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	19
GATILHO MENTAL #08 – RECIPROCIDADE: “GENTILEZA GERA GENTILEZA”	19
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	20
GATILHO MENTAL #09 – GANÂNCIA: “APELO DE MAIS POR MENOS”	21
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	22
GATILHO MENTAL #11 – ESPECIFICIDADE: “SEJA ESPECÍFICO”	23
GATILHO MENTAL #13 – NOTICIA: “RAPAZ SE TORNA MILIONÁRIO COM MÉTODO INOVADOR”	25

COMO COLOCAR EM PRÁTICA	26
GATILHO MENTAL #14 – INIMIGO EM COMUM: “O INIMIGO DO MEU INIMIGO É MEU AMIGO”	27
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	28
GATILHO MENTAL #15 – CULPA: “DOS GATILHOS MENTAIS, O MAIS EMOCIONAL”	28
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	29
GATILHO MENTAL #16 – SEGREDO: “VERDADE NUNCA ANTES REVELADA”	30
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	31
GATILHO MENTAL #17 – APELO AO MEDO: “SUA CARREIRA PODE ESTAR POR UM FIO”	31
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	32
GATILHO MENTAL #18 – POR QUE: “CONSUMIDOR SEGURO É CONSUMIDOR COMPRADOR”	32
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	34
GATILHO MENTAL #19 – NOVIDADE: “NUNCA VISTO ANTES”	34
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	35
GATILHO MENTAL #20 – AUTOCONHECIMENTO: “AS PESSOAS NÃO SE CONHECEM”	35
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	37
GATILHO MENTAL #21 – SINCERIDADE: “SEJA SINCERO”	37
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	38
GATILHO MENTAL #22 – CAUSA SOCIAL: “APOIE UMA CAUSA SOCIAL”	38
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	39
GATILHO MENTAL #23 – NÃO ESPALHA	40
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	41
GATILHO MENTAL #24 – COMPROMETIMENTO	41
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	42
GATILHO MENTAL #25 – AFINIDADE: “MOSTRE QUE VOCÊ É IGUAL AO LEITOR”	42

COMO COLOCAR EM PRÁTICA	43
GATILHO MENTAL #26 – ESCASSEZ: “NÃO DEIXE PRA ÚLTIMA HORA”	43
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	45
GATILHO MENTAL #27 – VAI DAR TRABALHO: “DAR TRABALHO, MAS DAR CERTO”	45
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	46
GATILHO MENTAL #28 – FRAQUEZA DO VENDEDOR: “SEJA HUMILDE”	46
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	47
GATILHO MENTAL #29 – CETICISMO: “USE A SEU FAVOR”.....	48
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	49
GATILHO MENTAL #30 – FRAQUEZA DO PRODUTO: “NÃO É 100% PERFEITO”.....	49
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	50
GATILHO MENTAL #31 – COINCIDÊNCIA: “UTILIZE ESSE SINAL A SEU FAVOR”	51
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	51
GATILHO MENTAL #32 – ANTECIPAÇÃO: “LOOP ABERTO”	51
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	52
GATILHO MENTAL #33 – GARANTIA: “EMOÇÃO X RAZÃO”	53
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	54
GATILHO MENTAL #34 – URGÊNCIA: “É AGORA OU NUNCA”	54
COMO COLOCAR EM PRÁTICA	55
CONCLUSÃO.....	55

INTRODUÇÃO

Atualmente muito se fala sobre os famosos **gatilhos mentais**. Parece que o nosso mercado acabou de fazer uma grande descoberta.

O fato é que esses gatilhos já existem há bastante tempo e são utilizados com grande frequência por grandes marketeiros.

Aqui no Brasil, essa técnica de persuasão está ganhando força e já até temos **produtos renomados** que ensinam os atalhos para se conseguir várias vendas diariamente.

Pretendo compartilhar nesse e-book, nada mais nada menos que 34 gatilhos mentais poderosos que vão mudar sua forma de fazer marketing na internet.

O QUE SÃO GATILHOS MENTAIS?



Você já se pegou realizando uma compra na internet e através do processo de decisão, verificar, por exemplo, os vídeos no Youtube sobre aquele determinado produto? Analisando, por exemplo, os comentários sobre o mesmo?

Pois é, eu faço muito isso, e essa pratica se tornou meio que automática pra mim quando vou realizar uma determinada compra. Nesse ponto estamos sendo influenciados por um poderoso gatilho mental conhecido por prova social.

Portanto, gatilhos mentais são as decisões que tomamos no automático para evitar o desconforto diante de tantas decisões que temos que tomar diariamente.

Veja que, a maior parte das decisões tomadas por você, passa primeiro pelo inconsciente, para só depois entrar no consciente.

Porém, existe um número muito alto de decisões que o nosso cérebro toma e executa sem consultar o nosso consciente. Como por exemplo, o ato de piscar os olhos.

Não precisamos consultar o nosso consciente toda vida que formos piscar os olhos. Isso já é um ato mecânico e totalmente automatizado pelo nosso inconsciente.

Isso implica dizer que ações do nosso dia a dia são simples e que não precisam de tanta energia do nosso cérebro. Porém, outras decisões podem e vão sugar um pouco do nosso poder de decisão, e assim, exigir mais esforço mental. Exemplo: Comprar um carro.

Agora, imagine seu cérebro trabalhando exaustivamente para tomar decisões complexas diariamente?

Isso com certeza traria um cansaço mental constante, e ao final do dia você estaria totalmente esgotado mentalmente.

Aqui entra a importância dos gatilhos mentais. Pois eles serão os facilitadores na hora de realizar uma decisão complexa.

Entendido o conceito por trás dessa técnica de persuasão, apresentarei a partir de agora os 34 gatilhos mentais.

GATILHO MENTAL #01 – CURIOSIDADE: “SE VOCÊ ACHOU ISSO BOM, NÃO IMAGINA O QUE PREPAREI NESSE E-BOOK”



O gatilho da curiosidade é muito poderoso e tem ajudado muitas pessoas a gerar cliques e conseqüentemente conversões em seus negócios.

A sua força está ligada aos princípios de que nós seres humanos, somos buscadores do conhecimento. Ou seja, o simples ato de buscar informação para suprir uma lacuna aberta, ativa partes do nosso cérebro relacionadas ao prazer de encontrar aquela informação.

Esse gatilho se torna ainda mais poderoso, quando aliamos o mesmo a uma polêmica ou a algo controverso.

Veja alguns exemplos de utilização desse gatilho:

- ” Você comete esse erro básico em seu negócio? “
- ” Desculpe... “
- ” Não aguento mais isso! “
- ” Existem várias maneiras de resolver isso. Vou te contar a segunda mais importante... “

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Esse gatilho é muito poderoso para gerar tráfego para o seu blog e principalmente gerar aberturas e cliques na sua lista de e-mail marketing.

Para ativar esse gatilho, você deve deixar um suspense no ar, utilizar títulos chamativos e que deixem o seu leitor extremamente curioso.

No meu [e-book sobre títulos persuasivos](#), eu disponibilizo vários modelos de manchetes para ativar a atenção do leitor, e com isso, aumentar a taxa de cliques dos meus artigos e e-mails.

[>>Clique Aqui Para Baixar o E-book Títulos Persuasivos<<](#)

Veja um exemplo:

“A verdade sobre ganhar dinheiro online que nunca te contaram”.

GATILHO MENTAL #02 – PROVA SOCIAL: “MUITA GENTE TEM ME PERGUNTADO...”



Lembra-se do exemplo que citei sobre a ida ao Youtube toda vida quando vou realizar uma determinada compra?

Pois é, sou influenciado pelo gatilho da prova social. O que seria isso?

Basicamente, temos a necessidade de pertencer a grupos sociais que de certo modo tenham afinidades com a nossa personalidade.

Dessa forma, somos influenciados pela a opinião de terceiros, em detrimento da nossa própria escolha. Vejamos um exemplo:

Você decide ir a uma pizzaria, porém, está em dúvida se deve escolher a pizzaria A ou B. Quando chega ao local, você visualiza a pizzaria A com muito mais pessoas do que a B. Logo, você presume que a pizzaria A possui maior qualidade, e, portanto você faz sua escolha baseado na prova social encontrada na quantificação de pessoas naquele ambiente.

Podemos concluir que independentemente do medo, hesitação e etc. Tendemos a realizar escolhas baseadas na confiança gerada por determinados grupos engajados naquela mesma decisão.

Veja alguns exemplos desse gatilho:

- ” Participe da nossa comunidade... (fãs no Facebook, número de alunos, membros no fórum) “
- ” Mais de 500 pessoas impactadas pelo nosso curso... “
- ” Seja um dos mais de xxx... que também... “
- ” Recebi muitos e-mails de pessoas que... “

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Para utilizar esse gatilho em seu negócio, gere depoimentos da sua audiência, seja em vídeo ou em texto.

Utilize as redes sociais para colher o feedback dos seus seguidores. Se você possui um produto, é importante demais utilizar-se dessa técnica para gerar prova social e fazer com que as vendas aumentem.

GATILHO MENTAL #03 – AUTORIDADE: “FAÇA COMO ROBERTO JUSTUS”



Esse gatilho está intimamente ligado com o gatilho da prova social, pois quanto mais prova social você tiver, mais autoridade você estará construindo para o seu negócio.

Construir autoridade não é fácil, porém, quando as pessoas começam a confiar em você e passam a te ver como autoridade, o processo de vendas ficará muito mais fácil.

Você pode em suas cartas de vendas, realizar a transferência de autoridade de outras empresas, instituições, pessoas e etc.

Citar algum nome importante na sua copy transfere autoridade para você. Um depoimento de um cliente importante também lhe transfere autoridade.

Veja alguns exemplos desse gatilho:

- ” O método de investimento usado por Warren Buffet “
- ” Empresa certificada pela Cisco “
- ” IBM e BMW atestam a nossa qualidade “
- ” A franquia indicada por Érico Rocha “

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Para usar esse gatilho em seu negócio, é preciso oferecer a possibilidade de construção da sua imagem, ou seja, sempre disponibilize materiais de qualidade, dicas gratuitas que façam a diferença na vida do usuário.

Você precisa mostrar para o seu público que você domina o assunto no qual se propôs a escrever.

Algo que o **Jordão Félix fala bastante em seu livro** é sobre a rapidez com a qual podemos perder a nossa autoridade quando não trabalhamos da forma correta.

Por isso, conquistar autoridade é uma tarefa árdua e que leva tempo, mas para perdê-la basta um piscar de olhos.

Portanto, não jogue a mesma no lixo promovendo produtos fracos e que não vão ajudar sua audiência em nada. Preze pela simplicidade e humildade, com essas características você vai longe.

GATILHO MENTAL #04 – PERTENCIMENTO: “FAÇA PARTE DESSE MOVIMENTO”



O gatilho do pertencimento está ligado com o sentimento de comunidade, ou seja, grupos aos quais o seu leitor gostaria de pertencer (aspiracional), grupos que ele pertence, grupos que tem os mesmos ideais e opiniões do leitor ou simplesmente grupos que ele não gostaria de pertencer.

Exemplos de uso:

- " Faça parte desse movimento "
- " Não seja mais um infartado "
- " Junte-se a nós "
- " Seja um investidor de sucesso em 04 semanas "
- " Você é médico? Então tem que ler isso! "

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Você pode fazer chamadas ou adequar seu estilo para o tipo de perfil dos seus usuários. Aqui é importante conhecer o seu público-alvo.

Como exemplo, podemos criar uma chamada parecida com: “*Como se tornar um afiliado de sucesso e se libertar financeiramente*”.

Neste exemplo, estamos atingindo o grupo de pessoas que desejam se tornar afiliados de sucesso e conseqüentemente se libertar financeiramente.

GATILHO MENTAL #05 – CIENTIFICIDADE: “CIENTISTAS SOCIAIS DESCOBRIRAM QUE...”



Esse tipo de gatilho mental não é amplamente utilizado no mercado, porém, pode ser de grande utilidade para suas estratégias de marketing persuasivo.

O gatilho da Cientificidade explora um tipo de autoridade que pode estar relacionado com a área da neurociência, medicina, pesquisas de universidade e por aí vai.

Exemplos de uso:

- ” Pesquisas recentes sobre célula-tronco mostram que... “
- ” Cientistas sociais descobriram que... “
- ” Pesquisas oficiais revelaram que... “

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Esse tipo de autoridade pode ser usado em um tom de notícia, você pode usar palavras que transmitam credibilidade (médicos, pesquisas, universidades, cientistas, etc).

Utilize também, palavras que transmitam a ideia de novidade ou segredo (descobriram, mostram, põe um ponto final na discussão sobre).

GATILHO MENTAL #06 – ACEITAÇÃO SOCIAL: “O DANÇARINO HIPNÓTICO”



Esse gatilho é muito forte. Vou citar o mesmo através de um exemplo:

Você já se deparou com aquele sentimento de que se você não tiver um iphone, você estará fora da moda e por consequência não fará parte do grupo social da “ostentação”?

Pode não ser o seu caso, mas é a situação de diversas pessoas no mundo. Ou seja, eles acham inconscientemente que se não tiverem um iphone de última geração, eles não terão aceitação social.

Nesse caso, a culpa pode não ser deles, até por que o marketing feito em cima do gatilho de aceitação social é muito forte. E você pode aproveitar-se disso no seu negócio.

Veja Alguns exemplos:

- ” Pesquisas mostram que homens magros tem mais chances de se tornarem líderes “
- ” Você já foi rejeitado alguma vez por uma mulher? “
- ” Como fazer amigos e influenciar pessoas “
- ” Seja um sedutor “
- ” O Gourmet sedutor “

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Já vimos que a aceitação social é um gatilho mental muito poderoso. Portanto, mostre para sua audiência que comprando o seu produto a aceitação dele aumentará e, caso não compre, a aceitação dele tenderá a diminuir.

**GATILHO MENTAL #07 – SEGURANÇA:
“CONSUMIDOR SEGURO É CONSUMIDOR
COMPRADOR”**



A segurança é um dos mais poderosos **gatilhos mentais**. Afinal, quando o seu cliente se sente seguro em comprar de você, ele sempre voltará a fazer negócios com sua empresa.

Vamos citar um exemplo para entendermos melhor:

Quando você realiza uma compra online em determinada loja X, você de início fica meio receoso se o processo de compra e entrega da mercadoria se dará devidamente bem. Ao final do processo, possivelmente você terá uma opinião positiva ou negativa daquela empresa.

Em caso positivo, tenho quase certeza que você voltará a fazer negócios com ela, caso contrário, você dará margens para a concorrência daquela empresa X.

Veja alguns exemplos:

- ” O produto Y vai aumentar em 100% o seu risco de ficar obeso”

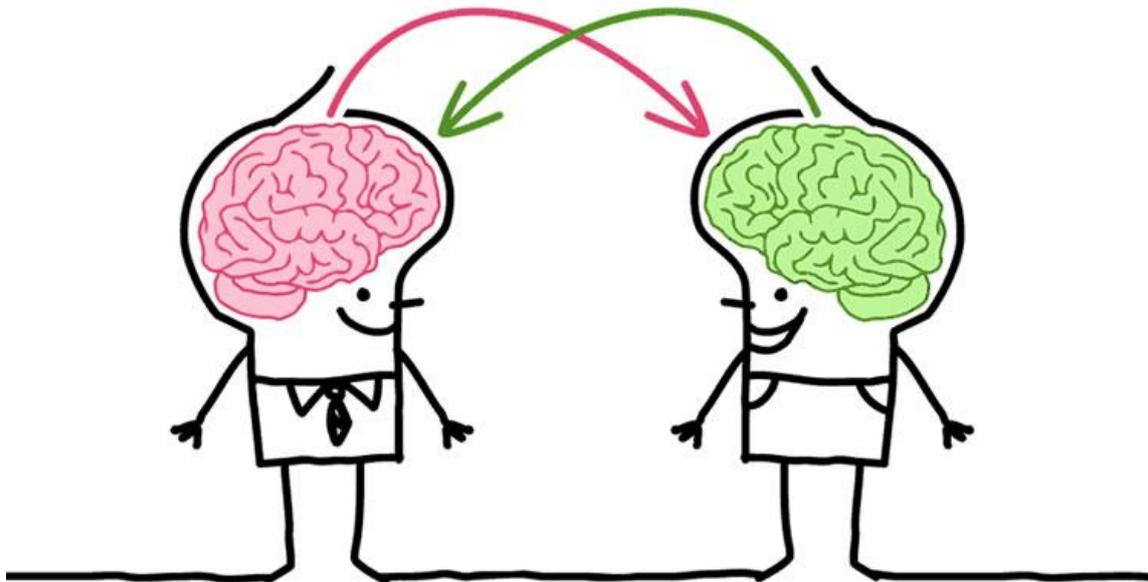
- ” Produto Z já ajudou mais de 548 pessoas a deixarem o vício de fumar “

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Mantenha a clareza e a simplicidade no seu negócio e mostre através de provas sociais, que o seu cliente não precisa temer ou ficar receoso perante aos serviços prestados.

Ofereça garantias e colha feedbacks para sempre aumentar a segurança do seu potencial cliente.

GATILHO MENTAL #08 – RECIPROCIDADE: “GENTILEZA GERA GENTILEZA”



Acredito que você já tenha ouvido falar que “**gentileza gera gentileza**“, correto?

No mundo do **copywriting** esse gatilho mental exerce um poder de influência muito alto.

O segredo desse gatilho é saber que existe uma naturalidade em querer sempre retribuir o ato generoso de alguém.

Quem nunca teve que retribuir, por exemplo, um presente de aniversário recebido de alguém especial?

Já aconteceram casos comigo, de pessoas entrando em contato falando que iriam comprar os produtos indicados pelo meu link, só por que eu compartilhei alguma informação de valor com elas. Isso reflete o poder da **reciprocidade**.

Veja alguns exemplos:

- " Download Grátis "
- " Baixe o seu livro gratuito sobre... "
- " Assista gratuitamente à vídeo-aula que... "

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Ofereça algo gratuito logo de início e que tenha alto valor para a pessoa. Isso quebrará as resistências dela e fará com que ela lhe fique grata.

Valorize o que vai dar, porque o que não tem preço pode ser percebido como não tendo valor. Daí, o gatilho se perde.

GATILHO MENTAL #09 – GANÂNCIA: “APELO DE MAIS POR MENOS”



O gatilho da ganância é bastante utilizado em nosso mercado. Acredito que você já tenha visto headlines explorando a seguinte situação: **“Como faturei R\$ 9.257,77 com o template épico em menos de um ano de uso”**.

Essa chamada tende a acionar no usuário o sentimento de mais por menos, ou seja, ele vai ganhar tudo isso em menos de um ano.

É importante lembrar que os gatilhos mentais devem ser trabalhados sempre com a verdade, ou seja, se você criar headlines fakes ou que os resultados não foram aqueles que você destacou, o efeito será negativo para você e o seu negócio.

Veja alguns exemplos:

- “Aproveite para ganhar mais por menos”

- ” R\$ 40.000 em apenas 1 semana? “
- ” Quanto você gostaria de ganhar por dia? “

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Você pode criar manchetes no seu negócio que estimulem o lado ganancioso do seu leitor. Não abuse dessa técnica, às vezes sua chamada pode parecer demasiadamente forçada, e isso pode afastar o seu futuro cliente em vez de aproxima-lo.

GATILHO MENTAL #10 – EXCLUSIVIDADE: “NÃO É PARA QUALQUER UM”



Sabemos que as pessoas gostam de se sentir especiais, exclusivas e únicas. Portanto, aguçar esse sentimento em seu futuro cliente é algo muito poderoso.

Veja alguns exemplos:

- ” Método exclusivo para perder peso “
- ” Relógios que você só compra no EUA “
- ” Pela primeira vez no Brasil (vagas limitadas) “

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Você pode criar uma área de membros e oferecer o acesso somente às pessoas que estiverem dispostas a participar da comunidade VIP.

Pode acionar esse gatilho através das chamadas para baixar sua isca digital e assim, a pessoa / prospect irá participar da sua lista vip de assinantes.

A ideia aqui é fazer com que seu cliente se sinta diferenciado, ou seja, tangibilizar o sentimento de exclusivo para ele.

GATILHO MENTAL #11 – ESPECIFICIDADE: “SEJA ESPECÍFICO”



O gatilho da especificidade possui o propósito de chamar a atenção dos usuários por meio dos detalhes específicos que você gera em sua chamada. Logo, posso afirmar que números e situações específicas geram mais credibilidade.

Veja alguns exemplos:

- “As 27 maneiras de investir na bolsa”
- “R\$ 55.320 por semana é pouco?”
- “Como ganhar R\$ 5.325,00 por semana”

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Fale do resultado (transformação) de forma específica, como o resultado será alcançado, em quanto tempo, mostre alguém que já alcançou e não exagere demais na promessa.

GATILHO MENTAL #12 – APELO À PREGUIÇA: “FÁCIL E RÁPIDO”

O gatilho mental do apelo à preguiça é muito forte, isso porque as pessoas tendem a buscar o caminho mais rápido e fácil para se alcançar os seus objetivos.

Eu particularmente não gosto de utilizar com muita frequência esse gatilho, pois isso pode induzir a pessoa a seguir caminhos que muitas vezes pode trazer um alto grau de frustração.

Veja alguns exemplos:

- “3 exercícios simples para perder a barriga”
- “O método de 3 passos para começar a investir na bolsa”
- “Redação oficial em apenas 4 dias”

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Use para transformações que são tidas como difíceis. Use números pequenos (1,2,3,4 ou 5). Utilize palavras como “método”, “passo a passo”, “guia” e outras que mostrem algo estruturado, organizado, fácil e rápido.

GATILHO MENTAL #13 – NOTICIA: “RAPAZ SE TORNA MILIONÁRIO COM MÉTODO INOVADOR”



Não sei com que frequência você ler jornais ou assiste programas televisivos, porém, é fato que eles utilizam bastante esse gatilho.

Criar uma headline similar a uma notícia atrai a atenção do usuário, e isso se torna benéfico para sua oferta.

Veja alguns exemplos:

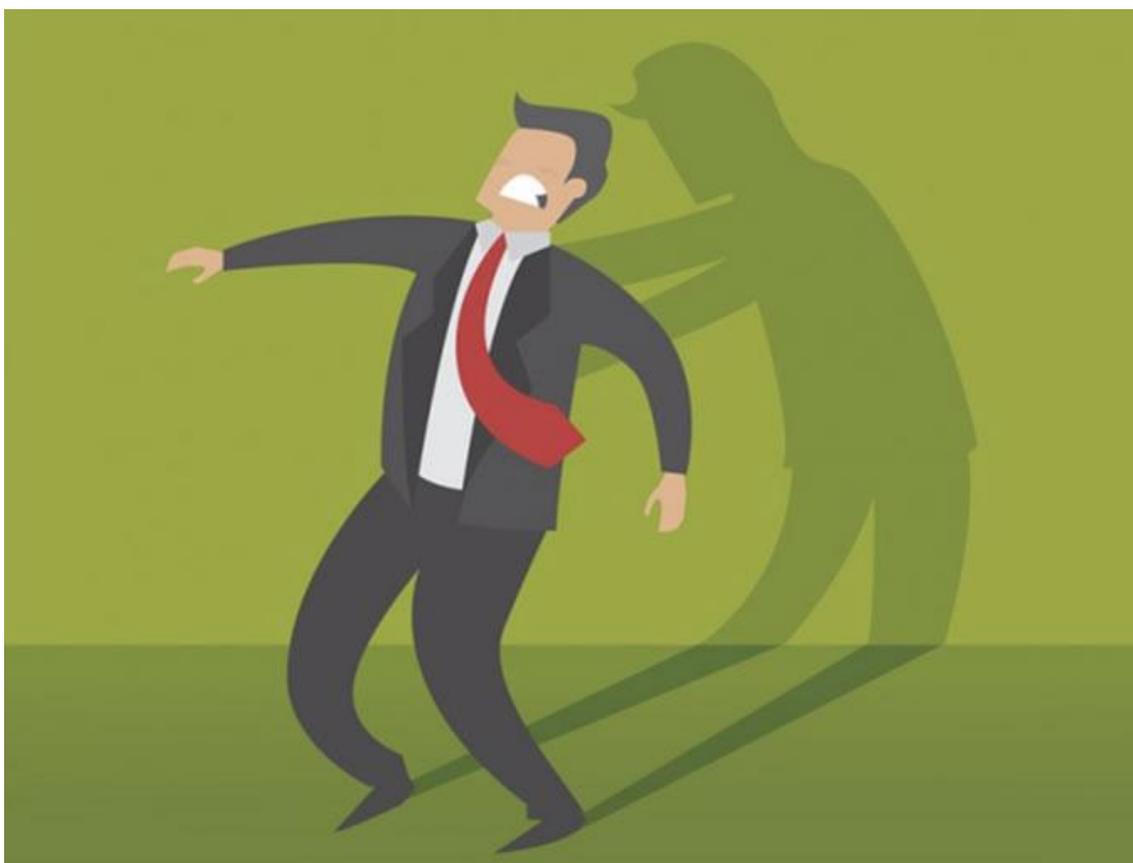
- “Rapaz de 20 anos ganha R\$ 3.000 diários investindo na bolsa”
- “Cientistas revelam 12 mitos da alimentação saudável”
- “Cariocas perdem mais uma vez: veja detalhes”

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Dê um tom de notícia de jornal. Isso transmite mais credibilidade porque estamos acostumados a acreditar em textos que têm aspecto de notícia.

Esse gatilho pode ser usado em conjunto com o gatilho da cientificidade.

GATILHO MENTAL #14 – INIMIGO EM COMUM: “O INIMIGO DO MEU INIMIGO É MEU AMIGO”



No [e-book copywriting do Jordão](#), aprendemos como manipular de forma satisfatória esse poderoso gatilho mental.

Basicamente, tendemos a nos unir a pessoas que possuam um interesse semelhante ao nosso. Sendo assim, podemos determinar um inimigo em comum e utilizar-se desse argumento para gerar empatia em nossos clientes.

Veja alguns exemplos:

- “Assim como você, eu também odeio ser bloqueado no Face ADS”
- “Eu e você temos o mesmo problema com as mulheres”
- “Já sofri muito nas mãos de vendedores inescrupulosos e não gostaria que você passasse por isso também”

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Eleja um inimigo em comum a você e a sua persona (obesidade, ganância das escolas de inglês, governo, sistema) e incite sua persona a se juntar (gatilho do pertencimento) a você nessa luta. Juntos vocês podem vencer, separados, não. Ou aponte um inimigo que você já venceu e que agora vai ajudar a sua persona a vencê-lo também.

GATILHO MENTAL #15 – CULPA: “DOS GATILHOS MENTAIS, O MAIS EMOCIONAL”



Esse gatilho se mostra poderoso pelo simples fato de atacar o emocional da pessoa. Se sentir culpado, faz com que a pessoa procure métodos para aliviar ou compensar aquele ato culposo.

Veja alguns exemplos:

- “Há quanto tempo você não diz eu te amo para sua esposa?”
- “Você perdeu o aniversário do seu filho por que estava trabalhando? Agora você pode recuperar essa mágoa”

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Procure explorar esse sentimento culposo do seu futuro cliente. Às vezes a sua persona pode se sentir culpada por ter perdido algum evento importante em decorrência do trabalho, como por exemplo, o aniversário do filho ou da esposa. Explore esse gatilho e veja o quão poderoso ele é.

GATILHO MENTAL #16 – SEGREDO: “VERDADE NUNCA ANTES REVELADA”



Você já se deparou com o clichê: “**segredos revelados**”? Pois é, apesar de algo que pra nós é bastante comum, os potenciais clientes ainda são fortemente influenciados por esse gatilho.

Esse gatilho mental trata de uma abordagem de que algo vai ser revelado, ou seja, algo que ainda não foi divulgado pra ninguém.

Tem uma relação muito forte com o gatilho da novidade e curiosidade, porém, é mais específico com relação a algo não revelado, misterioso, que estava escondido até então.

Veja alguns exemplos:

- “O que os ricos não contam pra você”
- “Os 10 segredos para se alcançar a liberdade financeira”
- “5 segredos para emagrecer hoje mesmo”

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Procure utilizar headlines de efeito e que produzam a sensação de segredo e que algo está prestes a ser descoberto.

No meu [guia sobre os modelos de títulos persuasivos](#) eu compartilho vários modelos que podem ser de grande valia para o seu projeto, veja dois exemplos que compartilho nesse [material](#):

- “O segredo (alguém) que não querem que você descubra”
- “5 coisas que seu (alguém próximo) não te conta”

GATILHO MENTAL #17 – APELO AO MEDO: “SUA CARREIRA PODE ESTAR POR UM FIO”



Elabore um quadro mental da dor revelando problemas que o leitor não tinha imaginado ter.

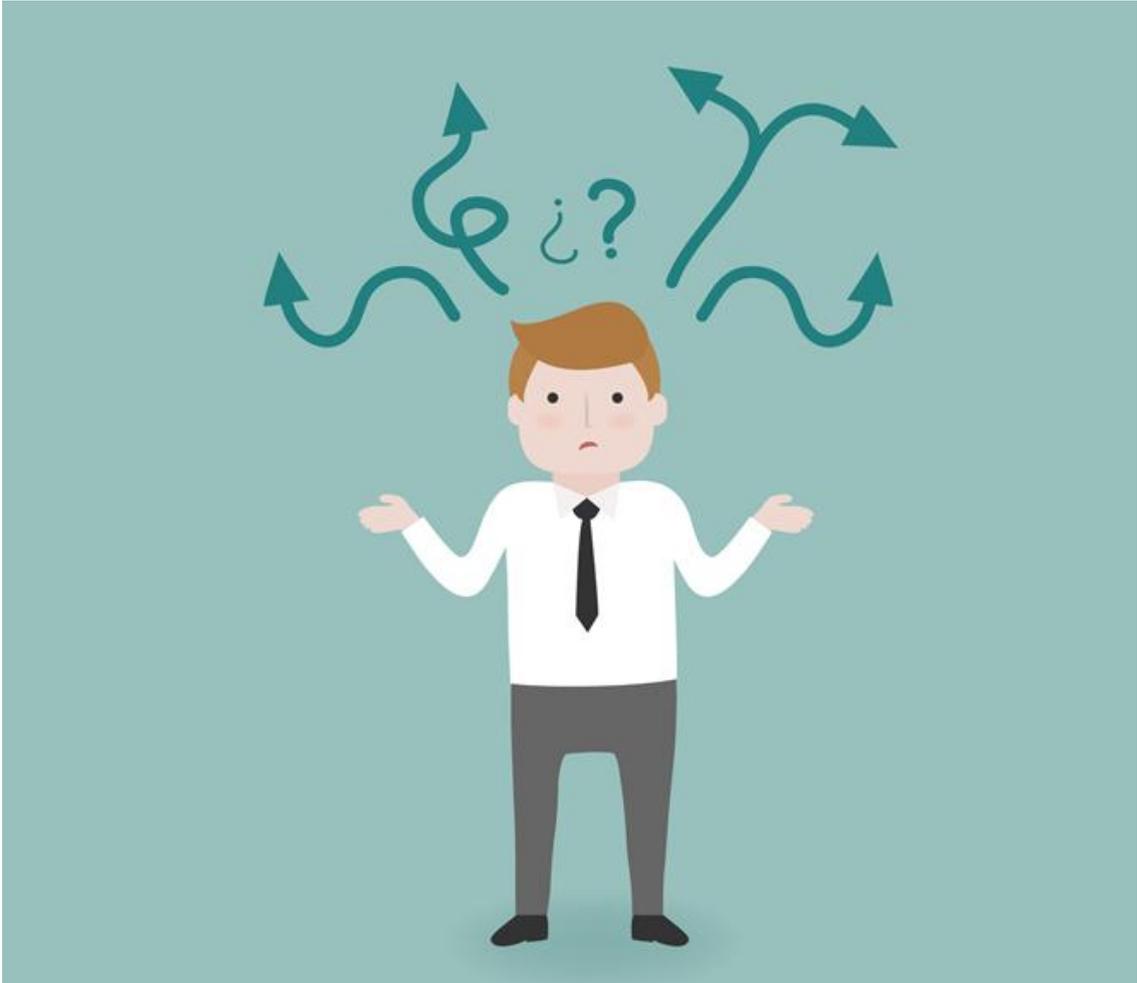
Veja alguns exemplos:

- “Você já imaginou que sua casa pode estar sendo observada nesse momento por alguém com más intenções?”
- “Você sabe como se livrar dos perigos da bolsa de valores?”

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Procure descobrir quais os medos da sua persona e crie chamadas que explore essa dor.

**GATILHO MENTAL #18 – POR QUE:
“CONSUMIDOR SEGURO É CONSUMIDOR
COMPRADOR”**



Bom, sabemos que a maioria das nossas decisões são tomadas pelo nosso inconsciente, porém, mesmo assim, nossa mente sempre procura respostas racionais para justificar as nossas ações.

Dito isso, sempre coloque na sua oferta o motivo de estar oferecendo aquilo, isso saciará a mente consciente da pessoa.

Veja um exemplo:

- “Crie uma renda automática na bolsa de valores utilizando um robô que faz todos os investimentos para você mediante uma estratégia pré-definida”

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Utilize muitos “porquês” em toda a copy para justificar o que está dizendo. Quando uma informação fica no ar, sem justificativa, você enfraquece a copy.

Consumidor seguro é consumidor comprador. Para torná-lo seguro, é importante que você dê o motivo para cada informação que dá.

GATILHO MENTAL #19 – NOVIDADE: “NUNCA VISTO ANTES”



Todo mundo adora novidades não é? Quem nunca ficou tentado a comprar aquele celular em lançamento, ou até mesmo aquele videogame novo?

O fato é que a novidade é um gatilho mental muito forte e serve basicamente para apresentar algum método que nunca havia sido visto pela persona até então.

Também é bom para algum produto que vai ser criado com um novo método (que vai colocar os outros produtos em outro saco e mostrar que estão incompletos porque não contemplam tal coisa).

Veja alguns exemplos:

- “Pela 1ª vez no Brasil”
- “Algo que você nunca viu”

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Você pode utilizar esse gatilho de tempos em tempos no seu negócio. Digamos que você tenha um produto ou queira lançar algum. Nesse cenário, você pode simplesmente utilizar-se desse gatilho para impactar e gerar várias vendas do seu produto.

GATILHO MENTAL #20 – AUTOCONHECIMENTO: “AS PESSOAS NÃO SE CONHECEM”



As pessoas não se conhecem. Quando você dá elementos (um quiz, por exemplo) para elas se autoconhecerem, elas gostam.

Praticamente existem três pessoas dentro de nós, aquela que você é e que você nem mesmo sabe. Aquela que você quer ser ou que você acha que é, e aquela que as outras pessoas acham que você é.

Quando utilizamos a partícula “se”, cumprimos bem esse papel de identificar a pessoa.

Exemplo: “Se você é um {professor}, você provavelmente sofre com {os salários com cada vez menos poder de compra}, mas principalmente com {a desmotivação}. {Professores} geralmente são {idealistas} e {motivados pelo reconhecimento}, por isso...”.

Esse pequeno trecho mostra o poder do gatilho do autoconhecimento, onde você fala a respeito da persona muito mais do que ela mesmo sabe internamente.

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Utilize esse gatilho em sua página de vendas e tente aprofundar acerca da persona. Lembre-se, a copy do seu produto deve ser baseado em cima da persona e não do produto em si.

Ao mostrar para a persona que você a conhece e que sabe das suas dores, você conseguirá conquistar a sua confiança, e por consequência, aumentará as chances de vender o seu produto para ela.

GATILHO MENTAL #21 – SINCERIDADE: “SEJA SINCERO”



A sinceridade ainda é o melhor caminho para se conseguir fidelizar novos clientes no mercado. Fale aquilo que o consumidor sabe e mostre-se confiável.

Exemplos:

- “Estou cobrando por esse produto porque para produzi-lo com a qualidade que você merece, tive que investir muito em livros e cursos e não posso distribuí-lo gratuitamente”.
- “É importante ressaltar que esse produto não aborda {gramática} nem {como escrever corretamente}, mas sim {como escrever de forma persuasiva}”.

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Aqui se faz necessário novamente lembrar-se do quesito confiança, ou seja, ao utilizar o gatilho da sinceridade você estará gerando credibilidade e ao mesmo tempo, conquistando a confiança do seu potencial cliente.

Uma das causas que fez o Jordão Felix se tornar referência no mercado de afiliados Brasileiro foi justamente a sinceridade com a qual trata o seu negócio. Ao criar o [E-book Copywriting](#) ele deixa evidente essa transparência.

GATILHO MENTAL #22 – CAUSA SOCIAL: “APOIE UMA CAUSA SOCIAL”



Quando você apoia uma causa social, você se mostra acima do dinheiro, portanto, não se mostra como um vendedor que só pensa em conseguir ganhar dinheiro. Adote uma causa social em que acredite e realmente apoie.

Veja alguns exemplos:

- “Uma parte da verba arrecadada com as vendas vai para a {pastoral da criança}”
- “Vendemos esse produto porque acreditamos que um {empreendedor mais autônomo melhora a sociedade e dá mais empregos}. Essa é a nossa verdadeira motivação para acordar de manhã todos os dias”.

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Como já foi explanado, não é muito difícil você associar seu produto a uma causa nobre. Veja um exemplo do e-book solidário fluência em HTML e CSS:

[>> CLIQUE AQUI <<](#)

GATILHO MENTAL #23 – NÃO ESPALHA



Crie uma percepção de exclusividade e pertencimento a um grupo superior. Esse gatilho é muito explorado em nosso mercado. Um exemplo clássico são as famosas “sacadas” que não estão tão facilmente disponíveis em nosso meio.

Veja alguns exemplos de uso:

- “Estamos lhe dando {esse livro digital}, mas você não poderá passar esse livro para ninguém porque ele é um material exclusivo para {membros}”.
- “Não conte para ninguém porque {essa informação} é exclusiva para {os nossos clientes}”.

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Você pode criar uma isca digital é utilizar-se desse gatilho para aumentar a distribuição ou a percepção de valor do seu conteúdo.

Pode também, criar uma área de membros e ofertar como bônus o seu acesso exclusivo para as pessoas que comprarem os materiais que você indica.

GATILHO MENTAL #24 – COMPROMETIMENTO



Faça com que o leitor concorde com o início da sua copy para que ele siga pela sua linha de raciocínio para continuar concordando com as outras argumentações.

O comprometimento trabalha muito sobre a técnica da “tese de adesão inicial”. Na sequência de e-mails, é importante que você

tenha a adesão inicial do leitor para que ele concorde com você no início e tenda a concordar com você no final.

Veja alguns exemplos de uso:

- “Se você precisa aprender sobre {investimentos} e sabe que {a bolsa pode ser traiçoeira}, então veja esse {vídeo que ensina como se livrar das armadilhas da bolsa}”
- “Agora que você já entendeu a importância de {cuidar da pele} e o quanto isso pode impactar na sua qualidade de vida, conheça o produto {pele 100%} e descubra como ele pode ajudar você a ter a {pele dos seus sonhos} e alcançar todos os benefícios que lhe falei no último e-mail”

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Esse gatilho é muito utilizado em sequências de e-mail, principalmente os iniciais que tendem a gerar um número de conversões maior. Portanto, tente sempre fazer com que seu lead entre em acordo com o seu argumento, pois o comprometimento levará o mesmo ao final do funil e conseqüentemente gerará a venda para você.

GATILHO MENTAL #25 – AFINIDADE: “MOSTRE QUE VOCÊ É IGUAL AO LEITOR”

Mostre que você é como o leitor, caso seja a persona transformada. Fale aquilo que o leitor já escuta todos os dias (use aquilo que já

está na mente do leitor, não o que você acha que deve por lá dentro).

Veja alguns exemplos:

- “Eu sou como você”
- “Eu já fui como você”
- “Nós somos do mesmo grupo de pessoas que {não gosta de ficar ansiosa}”
- “Eu e você sabemos que {cuidar da saúde é importante, mas não temos tempo}”
- “Nós, advogados, sabemos que {vender serviços de advocacia é muito difícil no Brasil}”

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Mostre elementos que sejam afins à vida do leitor (por exemplo, escritório, terno, gravata, baia, etc).

GATILHO MENTAL #26 – ESCASSEZ: “NÃO DEIXE PRA ÚLTIMA HORA”



É comum de todo brasileiro deixar pra fazer determinada tarefa nos 45 minutos do segundo tempo, ou seja, sempre deixam pra última hora.

O gatilho da escassez está ligado com o sentimento de perda, ou seja, se eu não fizer determinada coisa antes do prazo se encerrar provavelmente eu perderei aquele benefício. Por isso, esse gatilho funciona tão bem no mundo dos negócios.

Nesse panorama temos:

- A escassez de tempo: O produto só é oferecido até determinada data e hora;
- Escassez de quantidade: é disponibilizada uma quantidade limitada do produto;
- Escassez na oferta: é o famoso bônus adicional;

Veja alguns exemplos:

- “Serão somente 40 vagas porque a sala do hotel só tem essa capacidade e quero dar o melhor atendimento a cada aluno pessoalmente” (percebe a inclusão do gatilho do por quê?)
- “Essa palestra não será gravada porque nem todos os palestrantes convidados permitirão a gravação por causa de contratos de direito de imagem com suas empresas”
- “Esse evento será só para 1.000 pessoas porque é o máximo que a plataforma suporta, então chegue cedo e garanta sua vaga”.
- “Esse bônus só será entregue a quem comprar até amanhã porque o produtor não quer diminuir o valor percebido do bônus distribuindo-o gratuitamente para quem compra outros produtos”.

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Acredito que os exemplos acima tenham sido suficientes para te dar uma noção de como utilizar a escassez. Porém, para complementar, tente sempre explicar o motivo (gatilho do porque) de o produto/serviço ser escasso.

GATILHO MENTAL #27 – VAI DAR TRABALHO: “DAR TRABALHO, MAS DAR CERTO”



O gatilho mental “**vai dar trabalho**” funciona para aquele público que já se frustrou com promessas enganosas e que já entendeu que todo o processo envolve trabalho duro.

Portanto, para alguns públicos, o melhor argumento não é o “é fácil”, mas sim o “vai dar trabalho, mas vai dar certo”.

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Mostre para o leitor que os caminhos para a promessa nos quais ele caiu antes não eram factíveis, mas que a promessa era verdadeira, mas de outro modo. O seu.

GATILHO MENTAL #28 – FRAQUEZA DO VENDEDOR: “SEJA HUMILDE”



Ter uma postura humilde, low profile, não levanta as barreiras contra a venda. Eliminar a objeção do “o vendedor é mais esperto do que eu e eu vou acabar caindo nas artimanhas dele”. Mostre que o leitor é que tem o frame dominante.

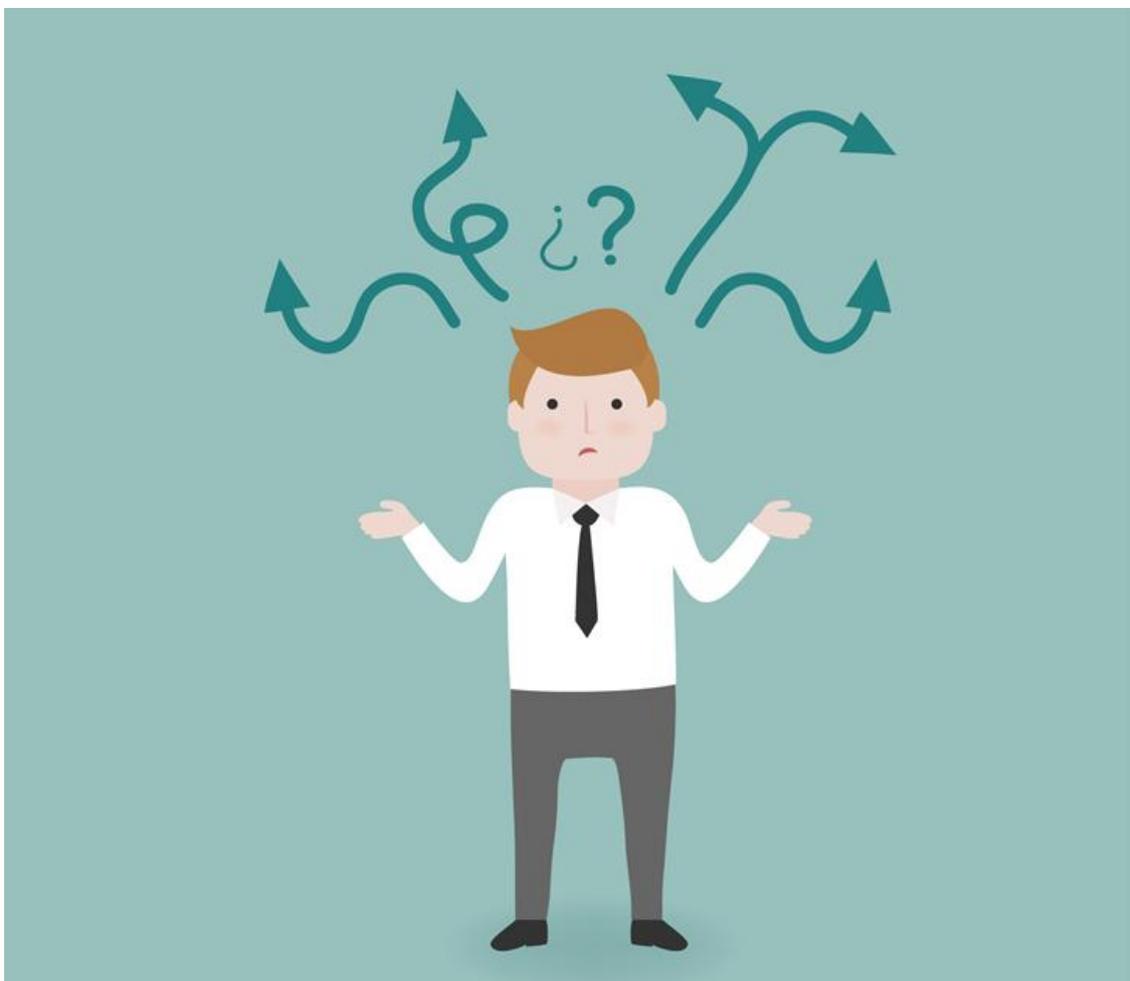
Veja alguns exemplos:

- “Agora a decisão é sua”
- “Se você quiser comprar, basta clicar no botão abaixo. Se não quiser, não tem problema nenhum. Daqui a 6 ou 8 meses nós abriremos novamente esse curso”

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Utilizar-se da humildade é uma poderosa ferramenta para conquistar sua persona. Dependendo da sua persona, faça uso desse gatilho e explore o seu lado sincero principalmente. Com esses dois gatilhos em mãos, você com certeza terá sucesso.

GATILHO MENTAL #29 – CETICISMO: “USE A SEU FAVOR”



Apesar de ser algo aparentemente difícil, você deve utilizar o gatilho mental do ceticismo para quebrar o ceticismo das pessoas que acompanham o seu trabalho.

Não entendeu? Vamos aos exemplos:

- “Eu sempre fui desconfiado sobre loteria e apostas, mas depois que ganhei...”
- “Quando ouvi falar do {**E-book do Jordão**} pela primeira vez, não acreditei”

- “Eu não acreditava muito em copywriting, mas quando coloquei em prática o que aprendi no **e-book do Jordão...**”

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Quando utilizamos esse gatilho em nossas frases às pessoas céticas passarão a prestar mais atenção em nós, justamente por elas também serem céticas.

Isso despertará nessas pessoas o sentimento de:

“Hum... Se deu certo pra esse cara, vai dar certo pra mim também, vou arriscar”.

GATILHO MENTAL #30 – FRAQUEZA DO PRODUTO: “NÃO É 100% PERFEITO”



Apresentar uma fraqueza do produto (sem denegrir o produto, mas mostrando-a quase como um ponto forte) aumenta a credibilidade da oferta.

Veja alguns exemplos:

- “O {E-book Copywriting} não vai abordar a parte de {gramática} porque resolvemos focar na {persuasão, em como escrever um texto persuasivo}”

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

O consumidor sabe que nenhum produto é perfeito e nem cobre todas as áreas. Fale para ele exatamente isso que ele já sabe e pensa. Isso fará com que você ganhe credibilidade junto a ele para que ele confie também quando você falar o que o produto de fato tem.

GATILHO MENTAL #31 – COINCIDÊNCIA: “UTILIZE ESSE SINAL A SEU FAVOR”

Algumas pessoas consideram coincidências como um “sinal” de algo, principalmente as mulheres. Frases como “eu estava andando na rua e coincidentemente encontrei um amigo que...” costumam dar muito certo.

Veja alguns exemplos de uso:

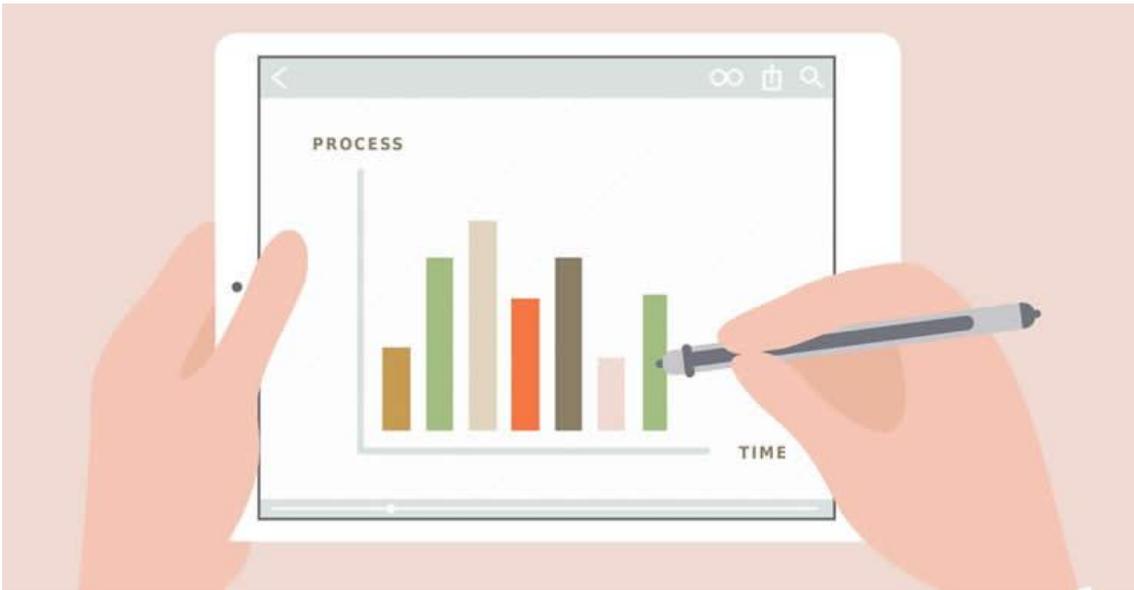
- “Ontem eu estava comprando uma {bicicleta no shopping} {(você já deve saber que eu adoro pedalar)} e encontrei um amigo de infância. O que ele me falou sobre {uma amiga nossa (que sempre foi muito charmosa)} me deixou de cabelo em pé. Ela estava {ganhando alguns milhões por ano vendendo cursos online}”.

No exemplo acima, foi utilizado storytelling, fofoca e curiosidade em conjunto com o gatilho da coincidência.

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Como no exemplo acima, tente buscar a união de alguns gatilhos e busque se tornar coincidente com a sua persona.

GATILHO MENTAL #32 – ANTECIPAÇÃO: “LOOP ABERTO”



Esse gatilho mental mexe muito com a ansiedade das pessoas, uma emoção forte que acaba gerando nas mesmas uma expectativa de como será o futuro.

Quando você assiste a um trailer de um filme que está prestes a ser lançado, você é bombardeado com o gatilho da antecipação. Logo, você nutre uma forte ansiedade em querer assistir aquele filme o mais rápido possível. Isso é o gatilho da antecipação!

Veja alguns exemplos de uso:

- “O que vocês acham de um produto que tenha...”
- “Estou pensando em lançar um curso que...”
- “No dia 10 terei uma novidade para você a respeito de...”

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Você pode montar um plano de lançamento do seu produto e criar um vídeo-trailer, ou gravar um webinar para falar sobre algo que está por vim.

O formula de lançamento do Érico Rocha se baseia muito nesse gatilho, e isso prova a eficácia desse gatilho.

GATILHO MENTAL #33 – GARANTIA: “EMOÇÃO X RAZÃO”



É importante expor a garantia, falar sobre ela demoradamente, explicá-la com muita clareza. As pessoas tem medo de comprar, mas querem comprar.

A ansiedade da busca age o tempo todo gerando um conflito entre o desejo de comprar e o medo de comprar errado (emoção x razão).

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Você pode oferecer um prazo de garantia para o seu produto. Geralmente as plataformas de afiliados disponibilizam prazos de 30,15 e 7 dias.

Você tem que dar alívio cognitivo para que o cliente compre. Use o gatilho da garantia juntamente com o gatilho do arrependimento e da escassez.

GATILHO MENTAL #34 – URGÊNCIA: “É AGORA OU NUNCA”



Esse gatilho mental é muito similar ao da escassez, porém, está ligado ao fator tempo, pois o produto ou serviço têm um prazo para ser adquirido.

Veja alguns exemplos de uso:

- “Só até hoje...”
- “Sua última chance de adquirir o produto pela metade do preço...”
- “Hoje é o último dia...”

COMO COLOCAR EM PRÁTICA

Assim como na escassez, você pode colocar uma oferta por tempo limitado e utilizar-se do gatilho do porque para explicar o porquê daquilo está com um prazo estimado.

Uma dica muito boa e que funciona muito bem, é colocar um contador do tempo que falta para a oferta expirar. Isso aumenta o senso de urgência do potencial cliente.

CONCLUSÃO

Para concluir, acho importante destacar que os gatilhos mentais devem ser utilizados com moderação e muito cuidado, pois quando mal aplicados, podem ocasionar o efeito contrário ao que é proposto.

Lembre-se: Persuadir é muito importante, e para que você consiga essa proeza no seu negócio, é preciso testar bastante as técnicas existentes.

Espero que tenha gostado deste material. Qualquer dúvida pode me encontrar no: contato@wilkercosta.net.

Grande abraço e sucesso!