

# GATILLOS MENTALES



[WWW.YOLANDAROSADO.COM](http://WWW.YOLANDAROSADO.COM)



## 1 URGENCIA

A menudo no necesitan el producto pero basta con añadir una fecha o duración, la urgencia se une en muchas ocasiones al siguiente gatillo, la ESCASEZ.

Ej. Utiliza nuestra oferta y accede por el 50% antes de las 12 de la noche.

## 2 ESCASEZ

Aquí no es el tiempo, son las unidades.

Ej. Sólo que dan 8 plazas-

Podríamos unir URGENCIA Y ESCASEZ añadiendo la frase “sólo quedan 8 plazas” al final de la frase

Ej. Utiliza nuestra oferta y accede por el 50% antes de las 12 de la noche, sólo quedan 8 plazas.

Si utilizas el gatillo de ESCASEZ que sea real, si el público observa que lo utilizas con frecuencia pierde su efectividad.

## 3 NOVEDAD

La exposición al algo nuevo activa y aumenta la cantidad de dopamina en nuestro cerebro estando relacionada con la motivación y concentración, estimula el interés por lo que anima a las personas a probar, hacerlo de forma disruptiva ayuda a crear más interés en el mercado.

Ej. Apúntate a mi nuevo programa recién salido del horno y tendrás acceso de por vida a sus contenidos.

## 4 EXCLUSIVIDAD

Si ofreces algo que no está al alcance de todo el mundo resulta ser muy atractivo y los clientes se sentirán especiales.

Ej. Programa sólo para mujeres que ya han facturado sus primeros 2000€

## **5 RAZÓN**

Aunque la mayoría de las decisiones las tomamos por la emoción, siempre buscamos razones para justificar y queremos saber en qué nos beneficia.

Explica siempre por qué debe comprarlo y el beneficio que tendrá al hacerlo, habla de las ventajas y de cómo accederá a él.

Ej. ¿Estas cansada de perder ventas todos los días? No pierdas más con mi método sobre ventas online

## **6 AUTORIDAD**

Conseguir autoridad es una estrategia que demanda tiempo, pero que cuando se hace de forma correcta te dará beneficios importantes a tu negocio.

Posicionarte con autoridad en tu nicho de mercado es primordial, deja las ventas a un lado y céntrate en acciones para ganar autoridad. Ofrece “cosas” gratis porque así demuestras que sabes sobre el tema y vas generando confianza en tu cliente potencial demostrando que no sólo estás interesado en hacer la venta.

Conoce el método Camembert que ayudó a vender a Natalia y ahora lo hace todos los días.

## **7 PRUEBA SOCIAL**

Aquí nos basaríamos en testimonios y experiencias que otros clientes han tenido con tu servicio y funciona muy bien porque demuestra que lo que dices es real y los otros lo han probado con éxito, pero vigila si hay comentarios en algún sitio negativos hacia ti y resuelve ese problema de forma amigable, tendrás la posibilidad de reconquistar a ese comprador y transmitir buena impresión a los usuarios que están buscando informaciones sobre tu marca.

Ej. Conoce el programa que ayudó a Natalia a cerrar más de 2000€ al mes .

## 8 EMPATÍA

Este disparador está asociado a la RECIPROCIDAD.

A todas las personas les gusta sentirse valoradas por lo que son o lo que han hecho, por eso demostrar que te preocupa la opinión de tus compradores y la experiencia con el servicio es una de las mejores formas de fidelizar a los clientes.

Mantener un canal de comunicación abierto eso ayuda a la toma de decisión del cliente.

Ej. En caso de dudas sobre nuestro servicio, puedes ponerte en contacto en este mail y obtendrás respuesta antes de 24 horas.

Y aquí también tendríamos nuestro propio ejemplo para demostrarle que sabemos cómo se siente porque hemos pasado por ello y en caso de no haber pasado nosotros por ese proceso podemos utilizar el gatillo de TESTIMONIOS O PRUEBA SOCIAL.

Ej. Te comprendo porque yo estaba así antes de tomar la decisión.

Ej. TE comprando porque Natalia estaba así antes de tomar la decisión.

## 9 RECIPROCIDAD

Está basado en el agradecimiento, porque cuando tú das algo gratuito en forma de contenido, bonus en la mente de quien lo recibe se genera un sentimiento de deuda moral y un agradecimiento que desea corresponder.

Se activa el impulso de hacer algo a cambio para materializar ese agradecimiento.

Ej. Bonus de “Curso online COMO CONSEGUIR CLIENTES CON TUS PRESENTACIONES” de por vida.

## 10 STORYTELLING

Esto es la capacidad de contar historias y este gatillo es tan poderoso porque activa partes asociadas al sonido, al gusto, a la visión y el movimiento y permite que tomen la decisión de elegir un servicio u otro aunque ambas resuelvan el mismo problema.

Ej. Conoce la historia de María que adelgazó 20 kilos en 3 meses.

## 11 PRECISIÓN

Aquí se trata de ser lo más preciso posible y olvidarnos de lo abstracto porque la información concreta genera mapas mentales.

Este disparador actúa y consigue respuesta cuando se explica si es para ella o no.

Ej. Esto es para ti si.....

## 12 COMPROMISO

Asumir un compromiso es un alivio o una presión dependiendo de cómo se lo ofrezcas porque comprometernos con algo y no cumplirlo hará que nos sintamos mal.

Asumir un compromiso con nuestro cliente tenemos que cumplirlo porque la frustración es una pésima situación.

Ej. Aumentar la facturación de tu negocio un 10%? Quiero asumir el compromiso de ayudarte a conseguirlo, pero antes necesito explicarte de qué forma puedo hacerlo (lo llevas a un link de página de ventas o a llamada)

## 13 COMPETICIÓN

Gatillo muy utilizado en marketing digital porque te sirve para que la audiencia se enganche a ti.

Es una forma de hacer sorteos en las redes sociales.

Esta estrategia funciona muy bien y llama la atención, recuerda que es uno de los objetivos de los gatillos mentales.

Ej. Recomienda nuestro webinar a un amigo y gana puntos para obtener contenidos exclusivos.

## 14 SENCILLEZ

Una frase simple y directa es un gatillo mental porque a las personas nos gustan las cosas sencillas.

La sencillez tiene que estar en tu página de ventas y en la tu explicación de tu servicio.

Las palabras, rápido, fácil, simple, paso a paso te ayudarán a activar este gatillo.

Ej. Para resolver tus problemas fácilmente pincha aquí y verás cómo puedo ayudarte.

## 15 SEGURIDAD

Cuando ofrecemos nuestro servicio la seguridad que tenemos depositada en el aumenta las posibilidades de que el comprador lo adquiera, pero cuidado, no estamos hablando “del mejor servicio del mundo” ni de “promesas milagrosas” pues esas palabras pueden crear el efecto contrario.

Ofrecer información precisa y hablar del plazo de devolución te ayudará a aumentar la confiabilidad de la transacción. Las personas se sienten más seguras cuando puedes solicitar la devolución ante resultados insatisfactorios.

Ej. Si nos ves los resultados en 2 semanas, te devuelvo el dinero \*

Ej. Si no ves resultados en 8 meses, te amplio el programa 4 meses más\*

\*Esto estaría condicionado a implementación y demostración de la misma.

## 16 ANTICIPACIÓN

Muy usado en el cine y la tv antes del estreno de una película, programa o serie.

Semanas antes se muestran escenas cortas para que haga pensar, “quiero verla”

Generamos CURIOSIDAD Y EXPECTACIÓN ante la llegada del producto, en nuestro caso servicio.

Imprescindible en lanzamientos ;j

Ej. (Poner imágenes de cómo creamos contenidos o plantillas)