

istrendynow.com

LA TIENDA DE SOFTWARE PARA EMPRENDEDORES



- Creación y edición de gráficos, audio, video
- Herramientas diseño Web, Plantillas wordpress, plugins
- Herramientas para IA
- Software para emprendedores
- Herramientas para email marketing, tráfico web
- Herramientas para ecommerce
- Herramientas para Cryptomonedas y mucho, mucho más

VER MAS





7

GATILLOS MENTALES

INDISPENSABLES PARA VENDER

PREPARED BY
EDIL POETA

¿QUIÉN SOY?

¿POR QUÉ HAGO ESTO?

Tomaste la decisión de leer este E-book y te agradezco enormemente, te daré la mejor información posible y ejemplos para que puedas aplicarlo. obteniendo resultados positivos.

Me presento, me llamo Edil Poeta, joven de 18 años, apasionado de la vida y aprendizaje, llevo mi agencia digital y otros proyectos más, que está ser escritor, es mi segundo libro que realizo, el primero es "7 estrategias para vender más" y poco a poco iré puliendo mis habilidades para entregar más información.

Me dedico a realizar esto porque en la vida y los negocios nunca vas a lograr nada si no estás dispuesto a entregar mucho valor a la sociedad y la misma vida se encargará de devolverte tus acciones y no, no hago esto interesadamente por otros fines.

¿Por qué entonces?

Logro educar a un número de personas para ayudarles en su proceso de aprendizaje y ventas, yo mismo aprendo escribiendo y pulo mis habilidades, me gusta lo que hago y si logro aportar valor a más será tan grande mi felicidad para seguir creciendo, espero no haberme enrollado mucho y empezaremos con el fin de este libro.



¿QUÉ SON LOS GATILLOS MENTALES?

Son estímulos que funcionan en nuestro cerebro a la hora de tomar una decisión, al entender como funcionan podremos armar una estrategia de acorde a lo que necesitamos impactando la parte emocional del cliente.

La toma de decisiones del ser humano depende plenamente de las emociones que se producen y la experiencia previa que tenga, el marketing digital trabaja mucho en este punto ya que sabrá por dónde entrar en la vida del prospecto y cómo interactuar con él.

¿No crees que saber usar estas emociones a nuestro favor tendremos grandes resultados?

No quiere decir que manipularemos al prospecto, eso no se hace porque manipular es **mentir** y ofrecer algo de lo cual no disponemos o no es posible, aquí entra la **persuasión** que es saber influir correctamente para conseguir una conexión o acción hacia la marca

Pero pon mucha **atención**. Tu gatillo debe ser ético. Además de ello, debe proporcionar una experiencia positiva, con buenas sensaciones, alegría y motivación. Evita causar lo contrario.

Entonces al tener conocimiento sobre esto veremos qué gatillos mentales se usan más y funcionan en la psicología emocional y toma de decisiones en el cerebro humano.

1. Escasez
2. Urgencia
3. Reciprocidad
4. Autoridad
5. Prueba
6. Prueba Social
7. Compromiso



1. Escasez

¿Alguna vez le diste valor a algo solamente cuando notaste que lo habías perdido? ¿O a aquello que estás a punto de perder?

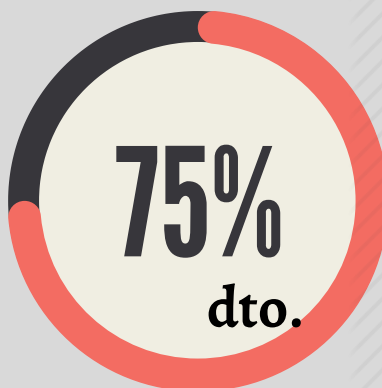
Lo escaso es siempre más valioso, la gente pensará que porque un producto se está comprando tiene calidad y debe tenerlo igual.

El sesgo cognitivo del ser humano es que siempre estará a favor de la escasez que de la abundancia (hablando del mercado).

Destaca frases como: “Próximas ofertas. Nuevas ofertas. Cada día.

Descubre nuestras Ofertas del día, Ofertas flash y muchas más promociones por tiempo limitado”. Si esas ofertas son realmente algo que el visitante desea, automáticamente se dice a sí mismo: “no puedo perder esa oportunidad”.

Aquí la emoción que se provoca es el **miedo** de perderse obtener el producto o la **ansiedad** de aprovechar el momento.



2. Urgencia

Éste puede ser similar al anterior, pero se aplica mayormente el **tiempo**, el producto o servicio tiene un período explícito y específico para ser adquirido. Es aquel gatillo que te hace pensar lo siguiente: “mejor lo compro ahora, antes que me arrepienta y me quede con la duda que aquello sería realmente útil para mí”. Por ejemplo:

¡El famoso Black Friday, producido originalmente en Estados Unidos y extendido a otros países tan sólo se tiene un viernes al año (día explícito y específico) para comprar los productos a los mejores precios.



3. Reciprocidad

Se basa plenamente en **dar** valor al público, entra el marketing de contenido, producir un buen valor en post, blogs, artículos o imágenes y llegar de manera estratégica al cliente, esto ocasionará la **gratitud** que el cliente sentirá que te debe algo o tendrán toda la confianza en tu marca. Aquí es muy importante diferenciarte de tu competencia, ya que si son similares, **¿cómo quieres ser recordado?** Un ejemplo claro son las pruebas gratuitas por un período de tiempo.

Para el lanzamiento de su servicio de streaming, Amazon Prime ofreció una prueba gratis y un descuento en la suscripción durante los primeros meses.

Nada muy diferente de su principal competidor, que Netflix, también usa esa táctica para entregarle valor a su audiencia.

La reciprocidad debe tener el objetivo de facilitarle la vida al cliente y no de obtener lucro con dichas acciones.

Ese es un resultado que se alcanza a largo plazo dicho de otro modo, no viene sin esfuerzo, dedicación y persistencia.



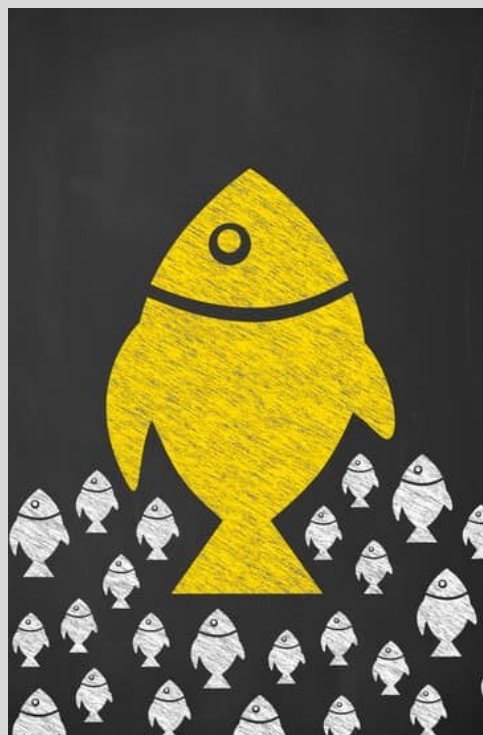
4. Autoridad

Es un gatillo audaz que debe ser planeado cuidadosamente para no ocasionar efectos indeseados.

Para activarlo, primero debes posicionar tu negocio en un lugar de liderazgo en el mercado que actúas.

Pero eso es sólo una parte del reto que tienes por delante. También es necesario mantener a tu equipo centrado en el posicionamiento de la empresa para que el gatillo funcione correctamente.

Es importante recordar que para conquistar autoridad, es necesario ganar la confianza de tus clientes. Y para ello, tienes que demostrar que sabes lo que haces y que tu solución es la más adecuada para lo que el consumidor necesita.

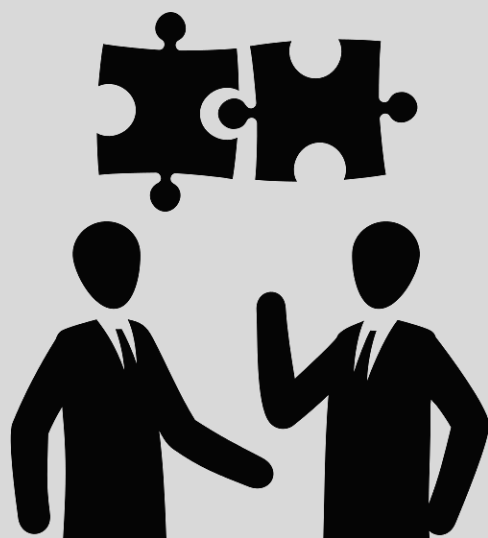


Otra manera puede ser cuando un influencer o blogger ayuda a promover un producto de tu empresa. La opinión de una autoridad es un factor muy relevante a la hora de decidir realizar una compra. Tenlo siempre en cuenta.

Pero ten en mente el crecimiento de tu marca o empresa o... **¿Estarías dispuesto a pagar siempre una marca para dar el mensaje de tu producto?**



5. Relación entre el dolor y el placer



Ya debes haber notado que las personas tienen más tendencia a apartarse del dolor que acercarse al placer.

Imagina que estás en una situación difícil, claramente lo primero que quieres es salir de ahí y después estabilizarte poco a poco.

¿Por qué será?

La propia falta de dolor y sufrimiento, genera de por sí, un cierto sentimiento de placer que nos ayuda a mantener el equilibrio emocional. Luego, para que este gatillo se active y logre su propósito, es necesario que de alguna forma toques las heridas de tu consumidor.

Sí, exactamente eso que leíste. Hay que poner en evidencia sus dolores y necesidades, para que después le presentes tu producto como la mejor solución de sus problemas.

Para eso hay que conocer muy bien nuestro producto, de aquí sacaremos la necesidad a nuestro cliente y se lo haremos notar, este método es muy efectivo pero tienes que saber persuadir y tener controlado la comunicación que tendrás con tu cliente.



6. Prueba social

Como seres humanos somos muy influenciados ya sea positiva o negativamente, y se remonta más en nuestros círculos sociales, copiando o probando lo que se está haciendo o consumiendo en el momento.

Y esa idea de saber que todo el mundo está haciendo algo, despierta nuestra curiosidad.

¿Conoces aquel viejo refrán que dice “seguir la corriente”?

Pues por allí va la cosa, la prueba social es una estrategia que siempre está relacionada a cifras. *¿Cuántas personas ya vieron tal película?* *¿Cuántas personas descargaron tu e-book?* Esas son algunas perspectivas del gatillo mental de la prueba social.



Por ejemplo, ves un entrenamiento por internet, te gustó pero quieres saber más de ello, entonces como ser racional quieres saber más de aquello. Entonces lo que haces es buscar por internet información y pruebas de personas que lo hayan probado, dando su opinión que ésta influirá de gran manera en tu decisión de compra.

Mientras más testimonios veas más confianza vas a adquirir del producto y no te lo vas a querer perder.



El ser humano tiene sesgos cognitivos que le animan siempre a mejorar, superar metas, objetivos y vencer desafíos, se siente muy bien cuando es influenciado o tiene un apoyo de parte de alguien para mejorar.

7. Compromiso

Entonces si una marca tiene un producto que le ayude a superar un objetivo.

¿Qué mejor que apoyarle no?

Saber usar este método te ayudará a escalar tu progreso y ventas. Por ejemplo, ahora que estás leyendo esto se está aplicando este gatillo, quieres mejorar y estás educándote.

Sabiendo ya esto incentiva siempre a que el cliente esté satisfecho de tu producto-servicio, dale siempre el apoyo de mejora y también para ti, mejora tus productos y **comprométete** a dar un mejor servicio, que esto siempre progresará.

Conclusión

Los gatillos mentales son muy buenas estrategias para optimizar los resultados , Aspectos como la escasez y la urgencia pueden resultar decisivos para el consumidor. Es una forma de persuadirlo a que salga de la zona de confort y adquiera lo que ofreces.

No vale la pena utilizar argumentos falsos o que pretendan engañar al público. Ser ético es fundamental para que todo te salga bien y tu planificación funcione. Para ello, debes tomar en cuenta todos los que nombramos aquí, hay muchos más pero, **¿con usar uno o dos tendrías resultados no?**

IMPORTANTE

Encuentra los gatillos que mejor se adapten a ti y a tu producto, así también los que funcionarán en tu público, **repito de nuevo**, tu primera tarea es conocer bien tu producto y tus clientes.



Y ya se termina el segundo E-book que voy realizando con mucho cariño, espero que te haya podido ayudar y que te te haya quedado claro lo importante que es tener estrategias psicológicas en el marketing.

Repito aquí que no tengas miedo de intentar, la única manera de saber si algo te va a funcionar es hacerlo, no te quedes con la duda y hazlo, sé inteligente y ve por todas, confío que si leíste hasta este punto serás un ganador, porque dedicaste tiempo a leer lo que te quise aportar y esa iniciativa dará resultados. Estudia, aplica, falla o gana, sigue ese método y te aseguro, 100% , totalmente, que **aprenderás** del fallo o victoria, porque hay que ser realistas, no todo será de color de rosas, el camino del emprendedor es muy difícil pero es el más valioso. Don't give up.

Te deseo mucha suerte en tus planes y proyectos, espero haber podido ayudarte y animarte que es lo más importante y claro, si deseas aportar dándome una crítica constructiva, opinión o quieras que te ayude o guíe en cualquier tema solo escíbeme, estaré encantado de responder. Los siguientes libros que tendré en mente será sobre "*cómo crear una comunidad y subir en redes sociales*" y "*copywriting*".

Me despido con un cordial saludo esperando que puedas leer otro libro mío en un cercano mañana, así mismo bendiciones.

Te gustó la información?
 ¿Me faltó algo importante?
 ¿Me faltó una coma?
 ¿Te caigo mal a partir de ahora?

¡Házmelo saber por favor!

Edil Poeta

STARTUP MODALITY

Redes sociales



Startup Modality



@startup_modality
 @poeta_edil





Vivir y ser exitoso es muy difícil. ¿Pero debe serlo no? Que aburrido sería si todos alcanzaran el éxito tan fácil, disfruta el recorrido y aprende cada día de los fallos y logros.

Edil Poeta.

