

Trigger mentali

per aumentare le tue vendite



I trigger mentali se utilizzati con onestà e trasparenza, sono solo modi per facilitare l'azione ai nostri clienti. Un prodotto non valido o non adatto alla persona a cui lo stai proponendo, non si salverà di certo grazie all'uso di qualche trigger mentale!

I trigger possono solo aiutare a prendere una decisione a qualcuno che già trova la tua offerta interessante o che già sta valutando la possibilità di acquistare.

Chiamate anche scorciatoie mentali, i trigger sono tecniche utilizzate da molto tempo, anche dai più grandi copywriter del mondo, con enorme successo.

Una buona definizione di trigger mentali è quella che le definisce "scorciatoie" che aiutano le persone ad andare in una direzione, in modo che il loro cervello non debba continuamente investire energie per prendere decisioni.

Il cervello, infatti, cerca sempre di risparmiare risorse e, per questo, crea una serie di comportamenti standardizzati per semplificare alcune situazioni.

Ma saltiamo la teoria, te lo spiego in modo pratico. Immagina di dover risolvere un problema: hai dei dubbi sulle diverse alternative, non sai cosa scegliere e non sai come prendere una decisione.

Le nostre decisioni vengono prese prima a livello inconscio e poi a quello conscio, mentre cerchiamo di giustificare quello che sentiamo emotivamente con delle ragioni razionali.

Il tuo cervello decide cosa farai, tu diventi consapevole di quella decisione e hai la sensazione di fare una scelta in modo razionale. Alla fine, agisci sempre secondo la decisione presa.

Ti sei mai fermato a pensare al fatto che siamo sempre di fronte a scelte e dobbiamo continuamente prendere decisioni? Quali vestiti indossare per andare a lavoro, cosa mangiare a pranzo, a che ora uscire di casa... La stanchezza mentale è una costante nella nostra vita, quindi il nostro sistema nervoso ha sviluppato un “meccanismo di filtraggio” per aiutarci nelle nostre scelte.



Ed è qui entrano in gioco i trigger mentali. Indirizzano le persone in modo che il loro cervello non debba spendere troppa energia per prendere decisioni.

Vale a dire che, se li usi correttamente, potrai coinvolgere le persone e motivarle ad agire!

Ora quindi senza ulteriori indugi, andiamo a scoprire ben 15 trigger mentali!

● Anticipazione

Non vedi l'ora di guardare la seconda parte di un programma televisivo? Hai visto il trailer di un film e aspetti con ansia l'uscita nelle sale?

Questo è il fattore scatenante dell'anticipazione, senza dubbio un trigger molto potente, perché cambia le nostre aspettative.

Proiettare il futuro e mostrarlo alle persone attiva le parti del cervello connesse alla felicità, perché il futuro è incerto e ci sentiamo a nostro agio se abbiamo delle aspettative.

Come applicarlo nella pratica?

Annuncia qualcosa che stai progettando o che uscirà a breve, mostra le caratteristiche del tuo prodotto / servizio e come può aiutare, migliorare, trasformare facilitare la persona, il luogo, l'ambiente ecc (in base a ciò che vendi) tocca i punti deboli, cioè i bisogni o i desideri del tuo target.

Una buona pubblicità stimola l'immaginazione, che provoca prima il desiderio e poi genera l'acquisto!

● Scarsità

Il nostro inconscio di solito pensa che più una cosa è difficile da ottenere, più è preziosa.

La percezione di una perdita è molto più potente della percezione di un guadagno: inconsciamente preferiamo avere uno sconto di 30,00€ piuttosto che non pagare 30,00€ in più per un prodotto.

Sebbene il risultato finale sia lo stesso, non vogliamo provare un'esperienza negativa: lo sconto è per noi un'esperienza positiva.

Come applicarlo nella pratica?

Se vendi un prodotto fisico, digitale o anche un servizio, potresti stabilire pochi pezzi o pochi posti e durante la vendita informare che i posti o i pezzi stanno per terminare.

Vedrai che le persone faranno la fila per poter acquistare!
(Se chiaramente erano interessate ma esitavano per qualche motivo)



● Urgenza

L'urgenza è simile alla scarsità, ma è più collegata al tempo che al numero di pezzi del prodotto.

Odiamo sentirci impotenti e per questo il tuo cliente sceglierà di agire rapidamente e di acquistare il prodotto in quel determinato giorno, piuttosto che perdere l'opportunità di farlo.

Come applicarlo nella pratica?

Crea una promozione che duri pochi giorni. Non dimenticare di essere onesto: se comunichi una determinata durata, non vale la pena fare eccezioni per vendere di più.

Usa parole come "solo oggi", "ultimo giorno" etc.

Non dimenticare che non hai bisogno di abbassare il prezzo per fare una promozione, puoi semplicemente aggiungere qualcosa di valore per il cliente che non ha troppo costo per te.



● Connessione

Essere amichevole ti rende una calamita per gli affari e questo è un dato di fatto. Preferiamo tutti acquistare con persone che conosciamo e di cui ci fidiamo.

Come applicarlo nella pratica?

Chiama il cliente con il suo nome, chiedigli se sta bene, offrigli il tuo aiuto.

Nessun segreto, sii amichevole!

● Paura

L'innescò della paura può essere attivato in diversi modi: ad esempio, può essere la paura di perdere soldi, di perdere tempo, di continuare ad avere lo stesso problema che già ora provoca fastidio e di perdere l'offerta stessa.

Come applicarlo nella pratica?

Scopri quali sono le paure del tuo futuro cliente e parlane. Mostragli quanto è inutile continuare ad avere gli stessi problemi e parlagli delle conseguenze che ci saranno.



● Testimonianze/Recensioni

Come puoi dimostrare che il tuo prodotto / servizio funziona ed è davvero buono?

È semplice: mostragli che ha funzionato per altre persone! Più testimonianze favorevoli porti, più è probabile che una persona si convinca che ciò che offri funziona davvero.

Come applicarlo nella pratica?

Più le persone si rendono conto che altri si sono trovati bene con te e che i tuoi prodotti o servizi sono buoni o sono ciò che dici, più si convinceranno che il tuo prodotto o servizio li aiuterà o li soddisferà.

Perciò, utilizza le testimonianze e le recensioni dei clienti, riporta le loro soddisfazioni, comunica il numero di unità vendute, mostra immagini di persone che utilizzano il tuo prodotto o servizio, fai vedere ciò che dicono di te , dei tuoi prodotti o servizi.

● Comunità

Quando una persona vede che gli altri stanno facendo una determinata scelta, quella opzione sembra essere molto più facile da scegliere anche per lei.

Pertanto, quando vediamo un gruppo di persone che concretizza un acquisto, l'incentivo all'acquisto aumenta.

Come applicarlo nella pratica?

- Crea gruppi speciali per coloro che comprano da te
- Mostra le tue vendite, parlane, mostra i pacchi in partenza

● Reciprocità

Quando qualcuno ci dà qualcosa, ci sentiamo in debito verso quella persona.

Come applicarlo nella pratica?

Offri qualcosa di gratuito, ad esempio consigli o qualcosa che sai che potrà aiutare il tuo futuro cliente, così questo proverà un senso di gratitudine nei tuoi confronti.

Quando avrà finalizzato l'acquisto, regalagli sempre più del previsto, anche solo un biglietto di ringraziamento o una chiamata per assicurarti che la persona abbia gradito il tuo prodotto / servizio. Questo aiuterà a fidelizzare il cliente.

● Novità

È incredibile quanto noi esseri umani siamo attratti dalle cose nuove! Ci piacciono anche se non sono realmente delle novità, ma sembrano esserlo!

Sai perché? Perché quando compriamo qualcosa di nuovo, usciamo dalla zona di comfort e c'è un aumento del rilascio di dopamina, un neurotrasmettitore responsabile della sensazione di piacere.

Come applicarlo nella pratica?

Non devi sempre creare un nuovo prodotto o servizio.

Ci sono alcune tecniche che puoi usare per differenziarti: ad esempio, puoi dare un nuovo nome al tuo servizio/prodotto o aggiungere un regalo gratuito che a te costa pochissimo.

Questi sono piccoli cambiamenti che possono darti risultati incredibili.

● Curiosità

Non dirmi che non sei una persona curiosa perché so che lo sei! E perché non usare la curiosità come innesco mentale per attirare l'attenzione del tuo futuro cliente?

Come applicarlo nella pratica?

Dovresti utilizzare espressioni che stimolano la curiosità come: "poche persone lo conoscono", "è un segreto", "pochi sanno", "la verità che nessuno ti ha mai detto", ecc.

Usa "Perché...?" o anche "Scopri come...", funzionano alla grande!

● Autorità

Questo trigger è molto potente e non deve essere confuso con l'abuso di autorità.

Va bene lo stesso se non hai una laurea, se non hai avuto infiniti clienti o molti casi di successo: dovresti comunque posizionarti come autorità per l'argomento di cui parli.

Come applicarlo nella pratica?

Devi dimostrare di conoscere bene ciò che hai deciso di trattare e, solo dopo, vendere. Questo è sufficiente per creare fiducia: non ci sono segreti e funziona davvero.

● Nemico comune

Alcuni studi, ma anche la vita quotidiana, dimostrano che ci connettiamo con persone che hanno interessi simili ai nostri. Pertanto, questo trigger ti aiuta a generare una connessione con il tuo pubblico.

Come applicarlo nella pratica?

Tutti i pubblici e le aziende hanno un nemico comune (ad esempio: chi parla di prodotti naturali, avrà come nemico in comune (cioè argomento) le sostanze dannose che fanno male alla pelle, al nostro organismo e al pianeta) ora sta a te scoprire qual è il più grande nemico dei tuoi consumatori e schierarti contro di lui. Le persone ti vedranno così come un loro alleato e non solo come un venditore.

● Piacere e dolore

Il tuo futuro cliente vuole allontanarsi dal dolore e provare più piacere. Non importa quale prodotto offri, questo è quello che vorrebbe.

Se dimostri di conoscere il dolore di queste persone e gli presenti il tuo prodotto o servizio come una soluzione, diventano clienti!

Come applicarlo nella pratica?

Inizia mostrando la situazione che stanno vivendo, usando parole negative.

Quindi mostra come la cosa può cambiare con il tuo aiuto!
(Prodotto/servizio)

● Storia

Lo storytelling è il modo più efficace per entrare in contatto con le altre persone.

Lo storytelling ha la capacità di “giocare” con le nostre emozioni e di attivare parti del cervello associate ai sensi, facendoci provare le emozioni narrate senza sperimentarle nella realtà.

Come applicarlo nella pratica?

Attraverso la storia, puoi persuadere il tuo pubblico parlando della tua esperienza, della vendita fatta, dei tuoi clienti, il dietro le quinte, ecc ecc.

● Coerenza e impegno

Nessuno vuole sembrare incoerente, vero?

Quindi le persone preferiranno acquistare ciò che gli offri solo se è coerente con i loro valori, i pensieri e il loro atteggiamento.

Come applicarlo nella pratica?

Esplora gli impegni che pensi che le persone abbiano preso con se stessi

(perdere peso, organizzarsi finanziariamente, prendersi cura dei propri figli, amare la loro casa, ecc ecc).

Conclusione :

Ora che conosci alcuni dei trigger mentali, pensa a lungo termine per raggiungere i tuoi obiettivi, sii etica e mantieni sempre le promesse che fai.

Ricorda: quando mentiamo e usiamo i trigger mentali solo per il nostro vantaggio, stiamo manipolando le persone, non le stiamo persuadendo (e questo non va bene).

E anche se funziona per un pò, la menzogna si ritorce sempre contro chi la utilizza.

La persuasione è la capacità di capire cosa pensa e desidera il tuo pubblico e di allinearti a questi due parametri.

Affinché la persuasione funzioni, le persone devono sì fare ciò che gli consigli ma devono anche essere soddisfatte del risultato ottenuto.

Questo è ciò che crea un legame tra te e il tuo pubblico, facilitando la creazione di una relazione.

Sono sicura che dopo aver letto tutti questi trigger mentali sarai piena di idee e cercherai di triplicare le vendite usando queste tecniche.

È fantastico, ma rilassati e non esagerare: non vuoi che i tuoi futuri clienti si rendano conto che stai usando queste tecniche!

Ora ti auguro buon lavoro!