

## OS 6 GATILHOS MENTAIS DE ROBERT CIALDINI: O QUE SÃO E COMO UTILIZÁ-LOS PARA MELHORAR SUAS NEGOCIAÇÕES

Jorge Pontual | Leven S/A

24/06/2021

Os gatilhos mentais de Robert Cialdini são considerados umas das mais efetivas técnicas de persuasão em negociações. O autor do livro “As Armas da Persuasão” mostra quais são os princípios que mais influenciam as pessoas durante uma negociação. Na verdade, ele fala sobre gatilhos mentais e como eles guiam a nossa tomada de decisão em diversas situações.

Segundo Robert Cialdini, os gatilhos mentais são comportamentos pré-programados que, uma vez estimulados, desenrolam uma sequência de ações. São “padrões fixos de ação” que nos orientam a agir de forma rápida e sem pensar, diante de algo que surge como necessidade. São como “padrões internos de funcionamento” criados pelo cérebro. Tipo: se acontecer “isso”, faça “aquilo”. O “isso” é o gatilho e o “aquilo” a sequência de ações. Exemplo: se alguém joga alguma coisa em sua direção e você não sabe o que é, seu cérebro dispara a ação “desvie!”. Você não precisa pensar para fazer isso. Cialdini chama este comportamento de “clique, zum”, ou seja, temos comportamentos pré-programados, “padrões fixos de ação”, que uma vez estimulados, “clique”, desenrolam uma sequência de ações, “zum”.

Os gatilhos mentais podem ser utilizados de diversas formas em uma negociação, porque há alguns que são princípios psicológicos e eles influenciam a tendência de uma pessoa concordar com uma solicitação. Sabe quando você se programa para fazer algo, como estudar ou trabalhar, e o seu amigo faz um convite para um compromisso naquele mesmo horário?

No primeiro momento você responde “- não”, mas o seu amigo argumenta:

“- Ahhh, seria tão importante que você fosse, as pessoas que estarão lá estavam contando com a sua presença e ficariam muito felizes com a sua presença.”

Danou-se! Depois de ouvir a argumentação dele, você sente aquele aperto no coração, se sente um monstro, ao mesmo tempo que se sente importante. O que você faz? Responde:

“- Tá bom, vamos lá! Mas só dessa vez, hein!?” Este comportamento reflete um dos gatilhos mentais que se chama reciprocidade. Essa mudança de comportamento é o que Cialdini chama de “clique, zum”.

Quer outro exemplo? Com certeza você já fez compras online. Já reparou na frase que há quase sempre “estoque de duas peças”. Este comportamento reflete um dos gatilhos mentais que se chama Escassez.

Mais um exemplo, o último, ocorre também em compras on-line. Quando você está vendo o produto aparece a frase: “X pessoas estão vendo este produto neste momento” Este comportamento reflete um outro gatilho mental que se chama Aprovação Social.

Mas afinal, por que acontecem gatilhos mentais? É comum que o cérebro humano tome decisões pouco racionais no dia a dia, as quais ocorrem de maneira inconsciente. Isso acontece quando o nosso cérebro quer poupar esforços e, para isso, recorre a certos atalhos. Esses atalhos também são conhecidos como “gatilhos mentais”.

Para entendermos melhor, é interessante saber como nosso raciocínio se comporta. No livro “Rápido e devagar: duas formas de pensar”, o psicólogo e prêmio Nobel de Economia Daniel Kahneman explica que existem dois sistemas de pensamento:

Sistema 1: rápido, instintivo, emocional. Exige pouco esforço para resolver problemas. É o que você usa para resolver a equação  $2+2=?$  ou dirigir em uma estrada vazia.

Sistema 2: devagar, lógico, calculista. Requer foco e concentração para solucionar questões. É o que você usa para calcular quanto é  $17 \times 14$  ou estacionar em uma vaga apertada.

Em grande parte das circunstâncias, nós pensamos e agimos pelo “Sistema 1”.

Aposto que você já ligou os pontos, não é? Para estimular a outra pessoa e conseguir um “sim”, você precisa pegar um desses “atalhos” e acessar o sistema rápido de pensamento, para desencadear reações automáticas, intuitivas, pois os gatilhos mentais são informações isoladas que provocam reações automáticas. Isso mesmo: é como se nós fossemos “programados” para responder positivamente sempre que recebemos alguns estímulos específicos.

Por isso é importante, como negociadores, conhecermos e dominarmos o uso desse mecanismo – mas com muita cautela e ética! A ideia não é convencer e induzir seus clientes a comprar algo que não precisam, até porque isso não é benéfico para nenhum dos lados (vamos falar sobre isso mais à frente).

Dito isto, é hora de uma lista de gatilhos mentais para vendas!

Em seu livro, Robert Cialdini apresenta uma lista de gatilhos mentais largamente utilizados por nós. Para ele, tratam-se de estímulos que influenciam o nosso cérebro na hora de decidir, conduzindo nossas ações.

Segundo Cialdini, esses gatilhos têm a ver com aspectos instintivos, emocionais e sociais. E, dessa forma, podem ser incorporados às técnicas de persuasão em negociações de produtos ou serviços.

1. Reciprocidade;
2. Coerência;
3. Aprovação social;
4. Afeição;
5. Autoridade;
6. Escassez.

## **1. Reciprocidade**

O gatilho da reciprocidade se refere à tendência que nós temos de retribuir algo de bom que outras pessoas fizeram por nós.

Em uma negociação, se você faz algo de valor para o potencial cliente de maneira voluntária, ele se sentirá na “obrigação” de retribuir a sua gentileza.

E como pode ser essa retribuição? Ora, isso pode ser feito por meio da aquisição do seu produto ou serviço, ou ao menos de sua recomendação.

Saber ativar esse gatilho mental de retribuição pode trazer bons resultados, por isso, sempre que possível, ajude seu cliente, mesmo em assuntos não relacionados diretamente a seus produtos e serviços.

## **2. Coerência**

O gatilho da coerência se refere à tendência que nós temos de evitar cair em contradição e nos mantermos coerentes aos nossos posicionamentos. Ter uma personalidade coerente é muito valorizado socialmente e facilita nossas escolhas – uma vez que decidimos por um caminho, basta seguir a mesma direção, sem precisar ponderar tudo a cada decisão. Isso é tão forte que, quando você assume um compromisso, mesmo que pequeno (ou minúsculo), tende a seguir a mesma linha, mesmo sem querer.

Em uma negociação, esse gatilho pode ser utilizado para persuadir o tomador de decisão. Se por exemplo, o automóvel que você está oferecendo para um cliente possui o sistema ISOFIX (para instalação de cadeirinhas infantis) e seu cliente em potencial se posiciona como um grande defensor segurança dos pequenos dos automóveis, faz todo sentido usar o gatilho da coerência a seu favor.

### **3. Aprovação Social**

Em maior ou menor grau, todos nós estamos em busca de aprovação social. E por que não usar isso no seu discurso de negociações? Uma forma que utilizamos para tomar decisões é observar o que os outros estão dizendo ou fazendo.

Lá no fundo, todo mundo é um pouquinho maria-vai-com-as-outras.

Nós desejamos fazer parte de um grupo e buscamos aprovação social.

Ao apresentar sua solução para seu futuro cliente, mostre a ele que outras pessoas já aderiram à tal solução e estão tendo bons resultados.

Cases de Sucesso: você pode produzir materiais explicando como clientes obtiveram sucesso com o seu produto. Envie para prospects que ainda estão em dúvida – escolha clientes com características semelhantes para potencializar os resultados.

### **4. Afeição**

É também uma tendência humana decidirmos positivamente em relação a algo que estamos afeiçoados.

Nesse sentido, em uma negociação é possível fazer com que o cliente se afeioe à sua solução. Você pode tentar despertar nele algum sentimento que o faça se conectar emocionalmente com o produto ou serviço oferecido.

Produtos aplicados no Brasil, por exemplo, costumam ser prestigiados por pessoas que se orgulham de seu país.

### **5. Autoridade**

Este gatilho geralmente é acionado quando o vendedor se posiciona como autoridade no assunto referente ao produto ou serviço que ele quer vender.

Assim, é possível imprimir maior credibilidade ao discurso de negociação. Isso fará com que o cliente confie no que está sendo dito e feche negócio. Mais do que nunca, ser um profundo conhecedor de sua marca e de seus produtos faz toda diferença para acionar este gatilho em seu cliente.

### **6. Escassez**

Por fim, encerrando os 6 gatilhos mentais de Robert Cialdini, temos o gatilho da escassez. Eles atuam na hora do cliente fazer uma compra, com o lema: “É agora ou nunca!”

Aqui, a intenção é criar um senso de urgência no cliente, mostrando para ele que a oferta é exclusiva para poucas empresas ou por tempo limitado. Mostre para ele que o seu produto ou serviço “não é para todo mundo” e que poucas empresas foram escolhidas para adquirir a solução oferecida.

Além de se sentir especial, a tendência é que ele feche o negócio o quanto antes para não perder a oportunidade.

Ficou claro quais são os 6 gatilhos mentais de Robert Cialdini e como eles podem te ajudar a melhorar as negociações? Experimente considerar esses gatilhos nas suas abordagens e veja seus resultados melhorarem de maneira significativa.