

NEUROMARKETING

E SUA INFLUÊNCIA SOBRE O COMPORTAMENTO DE COMPRA

ABRAS

19 DE SETEMBRO DE 2012

Leia o QLOG: amyafrika.com

E-mail: amy@amyafrika.com

Fone: 802-881-0061



**Se você e eu estivéssemos a sós
nesta sala, como você me
mataria?**

Por favor, anote sua resposta.

**Você mudaria sua estratégia
(como me mataria)
se você soubesse que eu tenho
uma arma?**

Por favor, anote SIM ou NÃO na folha de papel.

**Você mudaria sua estratégia
(como me mataria)
se você soubesse que eu consigo
levantar 250 kg de peso?**

Por favor, anote SIM ou NÃO na folha de papel.

**Você mudaria sua estratégia
(como me mataria)**

se você soubesse que eu sou faixa preta?

Por favor, anote SIM ou NÃO na folha de papel.

Será que faria diferença se você soubesse que apenas duas das três afirmações anteriores são verdadeiras?

Por favor, anote SIM ou NÃO na folha de papel.

**“Seja educado. Seja profissional.
Mas tenha um plano para matar todas as pessoas que
conhecer.”**

POLICE LINE DO NOT CROSS

A person wearing a blue and white plaid shirt and dark green fingerless gloves is holding a large, crumpled cardboard sign. The sign has the words "Homeless." and "Please help!" written in black marker. The background is a grey wooden wall.

Homeless.
Please help!

what would
you do if you
were hungry?

HEMISFÉRIO ESQUERDO DO CÉREBRO:

Pensamento linear –
linguagem, lógica, matemática

HEMISFÉRIO DIREITO DO CÉREBRO:

Pensamento conceitual – arte,
música, criatividade,
inspiração

O NEOCÓRTEX PENSA:

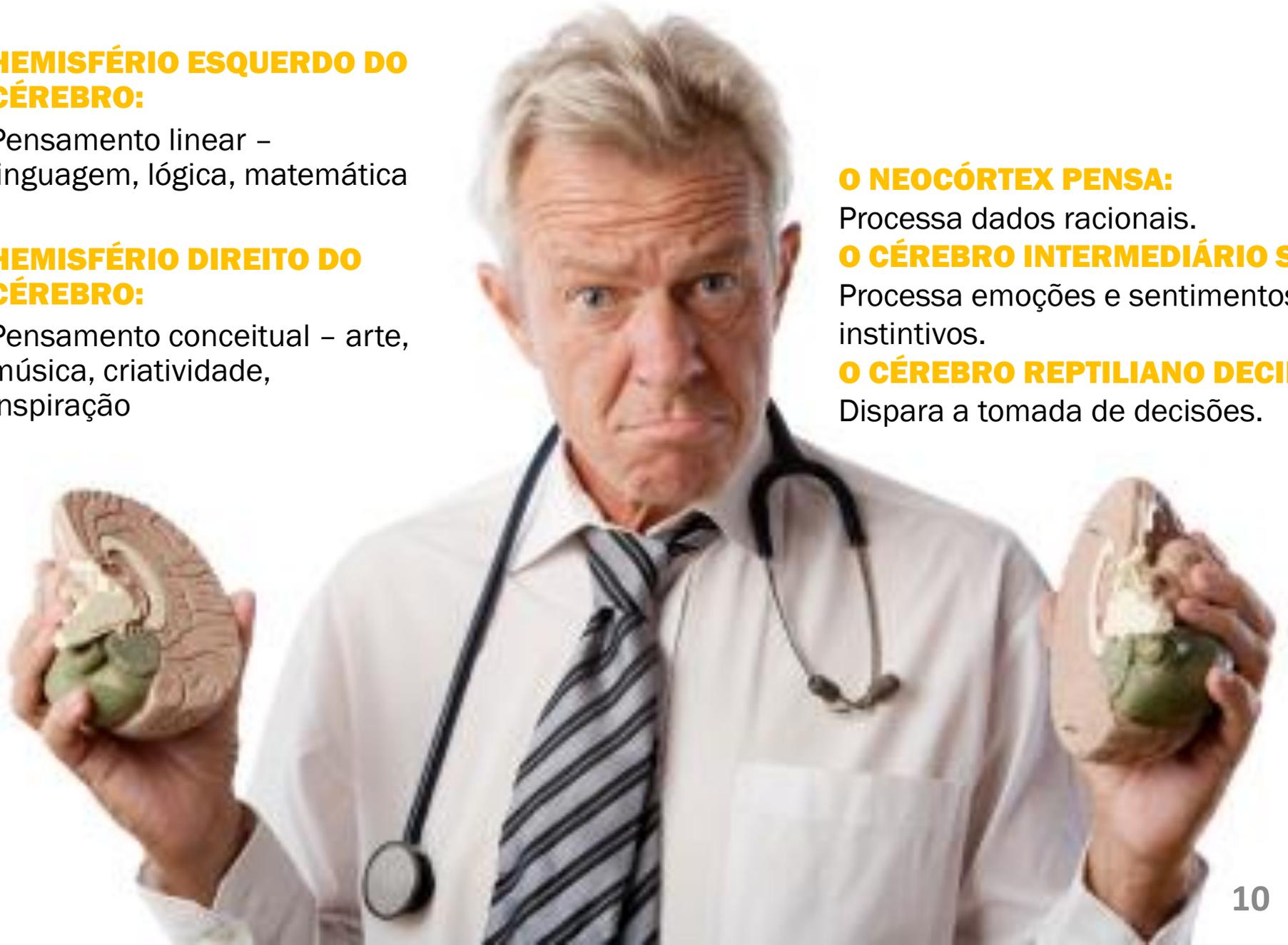
Processa dados racionais.

O CÉREBRO INTERMEDIÁRIO SENT

Processa emoções e sentimentos
instintivos.

O CÉREBRO REPTILIANO DECIDE:

Dispara a tomada de decisões.





ESSE É VOCÊ.
(Sim, você mesmo)

1. VOCÊ É AUTO-CENTRADO

Sim, você mesmo. Por favor, não me obrigue a ser repetitiva.

PERGUNTE A VOCÊ

MESMO:

Quando seus usuários vêm ao seu site, eles se enxergam ali? Eles veem pessoas que se parecem com eles ou pessoas que aspiram ser? Você “conversa” como eles? Vocês falam a mesma língua?



#2. VOCÊ É UM INSPETOR

Você reage a novas informações todas as vezes da mesma maneira.

PERGUNTE A VOCÊ

MESMO:

Se alguém vem visitar seu site hoje e depois retorna na próxima terça feira, as coisas vão parecer familiares ou será que é necessário reavaliar os perigos mais uma vez?

#3. VOCÊ PROCESSA MELHOR AS COISAS EM PRETO E BRANCO

Iluminado/escuro. Frio/quente. Rápido/lento. Antes/depois. Caçador/presa.



PERGUNTE A VOCÊ MESMO:

Somos programados para perceber diferenças e mudanças em nosso ambiente. Trata-se de uma técnica de sobrevivência.

**Quais são seus mecanismos de interrupção do padrão?
*(Faz você pensar duas vezes sobre “odiar” os pop-ups, não é?)***



#4. VOCÊ É VISUAL

*Você só acha que
pensa. Na verdade,
você só vê.*

A young boy with brown hair, wearing a red t-shirt and dark shorts, is running away from the camera on a dirt path in a forest. The path is covered with fallen leaves and dappled sunlight. The background is filled with lush green trees and foliage.

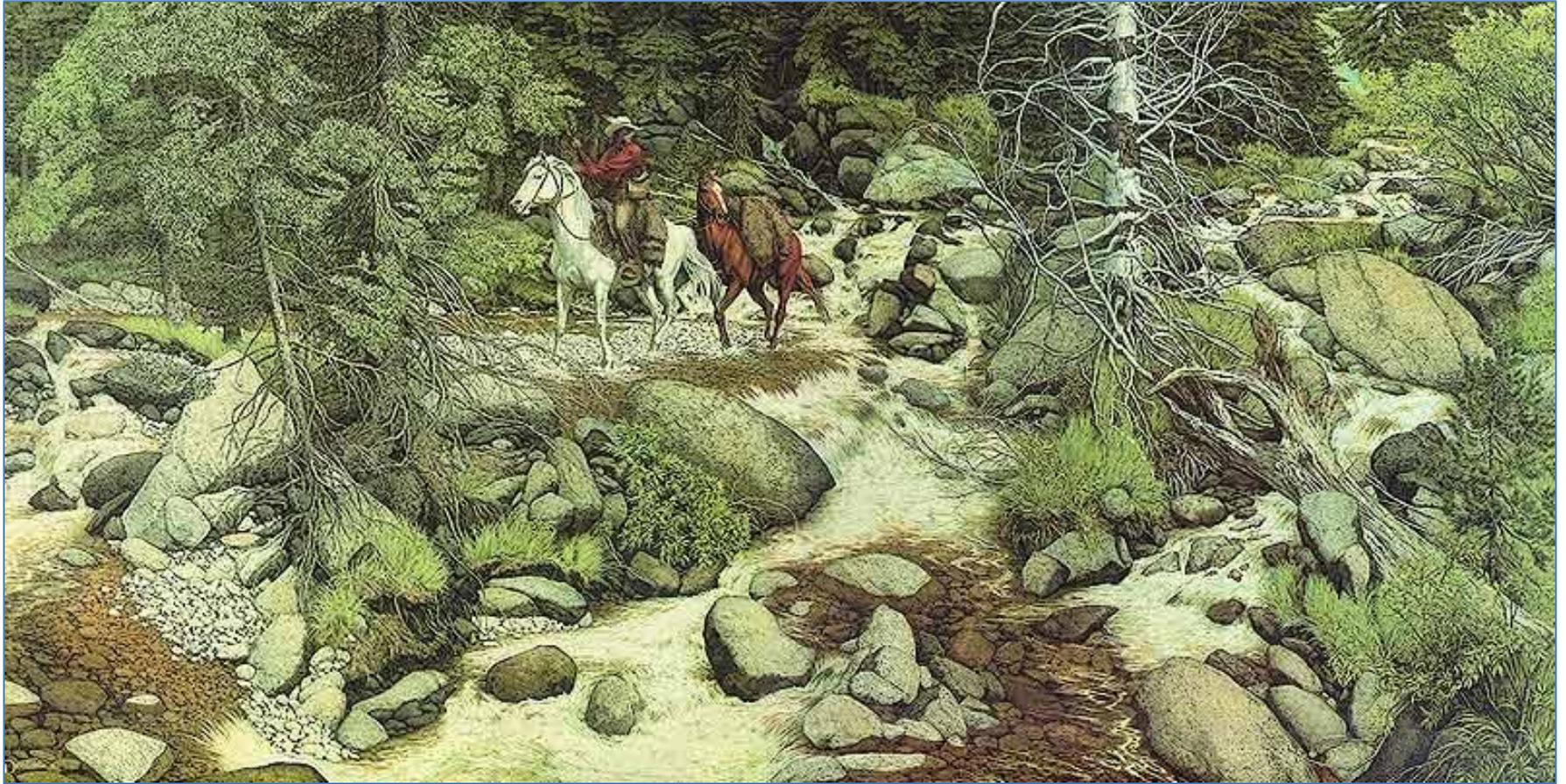
**Você já viu
gravetos que
pensou serem
cobras?**

PERGUNTE A VOCÊ

MESMO:

Você usa SEO (Otimização de Mecanismos de Busca) indefinidamente em seu site para aparecer como #1 no Google para depois acabar esquecendo que o usuário que vem do Google não enxerga tanto as palavras da mesma maneira que vê imagens?

PARREIDOLIA...



Você Vê Rostos em Tudo...





#5. VOCÊ BUSCA POR PADRÕES

*Padrões são seguros –
Não perigosos.*

*Você só precisa ver uma coisa
uma única vez.*

*Você não consegue “deixar de ver”
algo que já viu.*

PERGUNTE A VOCÊ MESMO:

Nós procuramos rostos. O seu site tem rostos? Você tem fotos de usuários ou de pessoas que se parecem com eles?

Também buscamos padrões. Seu site tem padrões? *(Dica: isso tem muito a ver com navegação.)*

#6. VOCÊ GOSTA DE COISAS QUE PODE TOCAR.

E não gosta daquelas que não pode tocar.



PERGUNTE A VOCÊ

MESMO:

Como é uma solução integrada?

E uma abordagem flexível?

E um produto revolucionário?

Que palavras você usa que não tem sentido algum para seus usuários?



#7. VOCÊ GOSTA DE COMEÇO & FIM.

Sempre nos lembramos do primeiro encontro & do divórcio. Tudo mais é obscuro

PERGUNTE A VOCÊ

MESMO:

Você utiliza prazos?

Prazos criam o sentimento de urgência e fazem com que os usuários fiquem mais focados.

#8. VOCÊ USA MUITOS ATALHOS



PERGUNTE A VOCÊ

MESMO:

Eficiência é bom, a não ser quando não é.

**Será que seus usuários são espertos
suficientes para entender sua
apresentação de preços? Descontos?
Expedição e entrega?**



#9. VOCÊ REAGE ÀS EMOÇÕES

*“Não somos máquinas pensantes
que sentem, mas máquinas
sentimentais que pensam.”*

PERGUNTE A VOCÊ

MESMO:

Recursos visuais evocam emoções?

E a sua cópia?

**Você conta uma história ou vende um
produto?**

Qual é a primeira impressão?

Qual é a mensagem que se leva?

#10. VOCÊ CRIA MEMÓRIAS FALSAS



DO QUE VOCÊ SE LEMBRA?

Que cor era o carro à direita?

Os faróis estavam amassados?

Os dois carros ficaram destruídos?

Tinha chovido?

Alguém se machucou?

PERGUNTE A VOCÊ MESMO:

Se você sabe que a memória de usuários é péssima, o que você está fazendo para compensar isso?

**Quantas vezes você solicita a consulta?
Quantas vezes você solicita o pedido?**



#11. SEU JULGAMENTO É FALHO

(E não estou falando só do seu gosto pelo sexo oposto.)

SUICÍDIOS SÃO DUAS VEZES MAIS COMUNS DO QUE ASSASSINATOS.

Doenças cardíacas	1 em 6
Câncer	1 em 7
AVC	1 em 28
Lesões por acidentes com veículos	1 in 85
Envenenamento acidental	1 em 139
Agressão com arma de fogo	1 em 300
Afogamento acidental	1 em 1.073
Calor excessivo	1 em 6.174
Assassinato	1 em 18.000
Vespas, marimbondos, abelhas	1 em 62.950
Descarga atmosférica (raio)	1 em 81.701
Mordida de cão	1 em 119.998
Acidente aéreo	1 em 354.319
Sufocamento por alimento	1 em 370.035
Acidente com fogos de artifício	1 em 1.000.000
Ataque de tubarão	1 em 300.000.000

Mortes por incidentes terroristas normalmente não superam algumas dezenas por ano.

PERGUNTE A VOCE

MESMO:

Existem áreas em seu material de marketing sobre as quais o usuário diga “Acredito quando puder ver?”

Pode ser que você esteja usando revisões, mas será que você usa estudos de caso, consultas com especialistas, testemunhos, etc.?

Você tem evidências de que alguém “exatamente como eu”. já esteve lá?

#12. VOCÊ FICA CEGO POR FALTA DE ATENÇÃO

Você pode olhar, mas isso não significa que você enxerga.



PERGUNTE A VOCÊ

MESMO:

As suas orientações para ações são claras?

Elas estão presentes em toda & qualquer visualização?

Não página, mas sim visualização?

O usuário sabe para onde ele tem que ir em seguida?

Ele sabe como voltar para o local onde estava um minuto atrás?

Há métodos alternativos para entrar em contato com você?

Quantas vezes você solicita o pedido/consulta?

A woman with dark hair, wearing a red dress, is holding a green apple in her hands. She has a serious expression. In the background, a man's face is partially visible, looking towards her. The scene is dimly lit, with a focus on the woman and the apple.

**VOCÊ SE DISTRAI
FACILMENTE**

**VOCÊ NÃO É BOM
EM DESEMPENHAR
MÚLTIPLAS
TAREFAS**

ESTUDE AS PALAVRAS NA COLUNA 1 DEPOIS PASSE PARA A COLUNA 2

Fiapo

Alfinete

Afiado

Ponto

Costurar

Olho

Dedal

Espetar

Espinho

Machucar

Pilha de feno

Injeção

Seringa

Pano

Tricotar

Cama

Cansado

Descansar

Acordado

Despertar

Sonho

Botão Soneca

Cobertor

Moleza

Cochilar

Roncar

Soneca

Tontura

Paz

Bocejar

QUAIS DAS SEGUINTE PALAVRAS APARECERAM NA LISTA?

Acordado?	Sim	Não
Porta?	Sim	Não
Doce?	Sim	Não
Agulha?	Sim	Não
Costurar?	Sim	Não
Dormir?	Sim	Não

**#13. VOCÊ GOSTA DE
ESTABELEECER UMA
CONEXÃO ENTRE
CAUSA E EFEITO**

(E você age antes de pensar.)



PERGUNTE A VOCÊ MESMO:

Você tem botões?

Quantos botões você tem?

Você tem um carrinho / formulário de leads perpétuo?

Em quantos locais você tem isso?

#14. VOCÊ GOSTA DO QUE VEIO PRIMEIRO

(É por isso que toda a história sobre o ovo & a galinha te deixa louco.)



PERGUNTE A VOCÊ

MESMO:

Você apostaria sua casa no fato de que as primeiras duas coisas que as pessoas veem são os itens que desejam comprar?

Como você prioriza sua busca por texto?

Os bestsellers aparecem primeiro?

O que você tem nos carrosséis?

Você se concentra nos 10% que compõe a faixa superior?



#15. VOCÊ É TENDENCIOSO

Você come o doce enquanto os legumes ficam “mofando” na gaveta da geladeira.

PERGUNTE A VOCÊ

MESMO:

Você é uma fruta ou um bolo?*

**Se você é um bolo, deve ser fácil conseguir uma consulta /
um pedido.**

**Se você é uma fruta, sem dúvida vai ser mais difícil, então
como você muda isso? Com prazos? Ações
direcionadoras? Alternativas para pedidos? Etc.**

****Observação: Bolo de frutas não é uma opção.***



#16. VOCÊ É PREVISÍVEL

Aquele sua jogada de sinuca meio maluca? Nem. Tanto. Assim.

PERGUNTE A VOCÊ MESMO:

O que acontece no seu site quando alguém comete um engano?

**A que o usuário recorre depois?
Há meios para ele ou ela conseguir ajuda?**

**#17. VOCÊ É MAIS
AFETADO PELO MEDO
DE PERDER DO QUE
PELA POSSIBILIDADE
GANHAR**



#18. VOCÊ NÃO GOSTA DO DESCONHECIDO

(Se entregue de mão beijada, o conhecido também não é assim tão maravilhoso.)



PERGUNTE A VOCÊ MESMO:

Seu website é como uma caverna escura e profunda.

**O que isso quer dizer para o carrinho de compras?
Para os formulários de clientes em potencial (leads)?
Para a busca por texto interna?**

#19. VOCÊ REAGE AO STATUS

(Status & reputação são mais importantes do que dinheiro.)



#20. VOCÊ REAGE À RECIPROCIDADE... E MUITO!

(Pode ser que você nem seja um advogado, mas com certeza o quid pro quo funciona no seu caso.)



PERGUNTE A VOCÊ MESMO:

**Como você está gerenciando suas ofertas --
não apenas as compras, mas como você está posicionando os
produtos?**

#21. VOCÊ REAGE À ESCASSEZ

Se é raro, todo mundo quer. A menos que seja carne vermelha. Aí as pessoas ficam mais seletivas.



PERGUNTE A VOCÊ MESMO:

Tudo que acontece online é uma “venda.”

Por quê? Por que existe um valor de mercado para informações.

Você gostaria de ter isso? O que você está disposto a oferecer?

Como isso gera um impacto nos formulários de leads?

No seu carrinho de compras?

No seu sistema de checkout?



#22. VOCÊ REAGE AO TAMANHO... E MUITAS VEZES DE MANEIRA INACURADA

Você sabia que as girafas comem em torno de 37 quilos de alimentos e bebem 10 galões de água por dia?

Sim, sabia, mas esta apresentação está quase acabando, prometo.

PERGUNTE A VOCÊ MESMO:

Que elefante você está evitando porque ele parece muito grande?

#23. VOCÊ GOSTA DE ANTECIPAÇÃO

(Só para constar, não estamos falando da música da Carly Simon.)



A black and white photograph of a man with a goatee and long hair, looking distressed, holding a cardboard sign in front of a chain-link fence. The sign asks, "What would you do IF YOU were hungry?"

What would you do
IF YOU were
hungry?