

RESUMEN PSICOLOGÍA COGNITIVA: SESGOS COGNITIVOS

Para poder persuadir y conectar con tus clientes potenciales de una forma directa y más fácil, debes conocer qué son y cómo funcionan los **disparadores mentales** que los americanos denominan como “mental triggers”.

Es necesario destacar que nos encontramos delante de una de las herramientas más poderosas para la venta. De hecho, según un estudio de la Universidad de Harvard, el 95% de las decisiones que tomamos en el día a día nacen en nuestro inconsciente.

A los disparadores mentales también se les conoce como sesgos cognitivos y se trata de modelos mentales que utiliza nuestro cerebro para tomar decisiones por el camino más corto, es decir, son atajos que toma la mente para tomar decisiones más rápidas. Es por tanto que las empresas, utilizamos estos disparadores a nuestro favor para ayudar al cliente en la toma de decisiones.

Estos disparadores mentales entran en contacto emocional con el subconsciente para ayudar a tomar la decisión, incentivando las emociones por tanto de quien entra en contacto con nuestro producto o servicio.

En la práctica, podemos afirmar que las decisiones de compra se resumen en **6 emociones** principales:

- **Ganancia:** Muestra a tu lead que, con tu solución, él va a alcanzar mejores resultados y va a ganar más.
- **Orgullo:** Muestra que su decisión de compra es la mejor decisión que él puede tomar, la más inteligente, que lo hará sentirse muy orgulloso de sus resultados.
- **Miedo:** Muestra las consecuencias negativas si continua haciendo lo mismo sin contar con tu ayuda para su solución.
- **Envidia:** Muestra cómo otros, incluso de su competencia, ya han tomado tu solución o una similar y ya están teniendo resultados.
- **Altruismo:** Demuestra cómo con su trabajo, tomando la decisión, va a ayudar a la empresa a crecer y escalar.
- **Vergüenza:** Prueba que, si no toma la decisión cuanto antes, eso puede ser un gran error del que se va a avergonzar o arrepentir.

A continuación, vamos a estudiar los principales disparadores mentales:

1. CURIOSIDAD.

El cerebro se dispara cuando descubre que hay algo que él no sabe. Este disparador tiene el poder de disparar una fuerte emoción activando su curiosidad por saber más. La forma correcta para utilizarlo debe cumplir tres reglas:

- Estimular expectativas reales.
- Provocar... sólo un poco.
- Saber cuándo parar.

Este es el disparador más utilizado en los HeadLines:

- “Descubre cómo aprendió...”.
- “Estos empresarios transformaron el...”.
- “Lo nunca visto sobre...”.
- “Lo que puede cambiar tu vida...”.

2. PRUEBA SOCIAL.

Este es uno de los disparadores más importantes y uno de los grandes éxitos de empresas como booking o Amazon, en el que el cliente es motivado para dejar su valoración y opinión sobre sus productos, convirtiéndose esta valoración en uno de sus puntos más fuertes.

Nuestra mente necesita comparar y analizar si es lo correcto para nosotros y la mejor forma de resolver esa cuestión es facilitar valoraciones u opiniones entre otros, y que el mensaje que transmitas, demuestre que muchas personas lo están utilizando.

Puedes poner ejemplos reales de tus clientes, mostrar tu número de seguidores.... Este es el disparador mental más utilizado:

“Ayudamos a más de 1000 empresas a desarrollar su estrategia empresarial”.

“Todos nuestros clientes...”.

3. AUTORIDAD.

La marca que tiene autoridad tiene más garantía para el cliente y le resulta mucho más atractiva y confiable. Debes aprender a construir tu autoridad para poder elevarte en tu mercado y diferenciarte de tu competencia.

La autoridad es algo que se construye y debes diseñar tu propia estrategia para empezar a hacer crecer tu autoridad. Muchas veces ya tenemos la autoridad pero no la comunicamos, lo que implica que no la hacemos visible.

Autoridad viene de la palabra autor, por eso si eres autor de un libro, un blog, un podcast, un canal de youtube... todo eso te ayuda a construir tu autoridad en tu mercado.

- Apariciones en prensa, radio o televisión pueden hacer crecer tu autoridad de forma exponencial.
- Participación en eventos, congresos y reuniones importantes de tu sector.
- Rodearte de personas con más autoridad que te ayuden a elevar la tuya, es otra gran forma de hacer subir tu autoridad.
- Tus años de experiencia, tus resultados, tus clientes más conocidos... todo ayuda a construir tu autoridad.

Este es un disparador obligatorio:

“Empresa certificada por...”.

“Formación reconocida por...”.

“Entrevista en el Canal de TV...”.

4. CIENTÍFICO

Cuánto más científico o probado por alguna organización con autoridad, mayor credibilidad vamos a crear así como mayor prueba social y autoridad.

Usa palabras que transmitan esa credibilidad e incluso puedes utilizar palabras que transmitan la idea de novedad o secreto. Este disparador genera mucha prueba social y autoridad:

“Universidad española encuentra...”

“Avalado por el estudio social...”

“Estudio realizado a empresarios...”

5. GANANCIA.

Este es un disparador que activa de una forma rápida nuestro deseo. A la mente le encanta ganar más por menos y es una forma de sentirse victoriosa puesto que esta siempre busca la oportunidad que sea más ventajosa.

Recuerda lo que mencionábamos al principio “muestra a tu lead que, con tu solución, el va a alcanzar mejores resultados y va a ganar más.”

Este disparador será imprescindible para hacer ver todas las ganancias que damos a nuestros clientes. Recuerda que cada ganancia suma un punto y cada pérdida resta dos puntos.

“Multiplico su negocio en solo...”

“30% más de clientes le compraron...”

“10.000€ en sólo 48h...”

6. DEMOSTRACIÓN/SOLUCIÓN PROBADA (Prueba concreta).

Este disparador trabaja directamente hacia una pregunta que siempre se hará la mente racional: ¿Será que esto funciona de verdad?

Por lo tanto, debes demostrar con pruebas reales y concretas que sí funciona. Es importante comunicar que la solución presentada ha sido testada, mostrando que es una solución probada.

7. ESPECIFICIDAD.

A la mente le encantan los números y los datos que hacen que las cosas sean específicas, como una fecha de algo que ha sucedido en el pasado. Ser específico hará que generes mayor credibilidad a la mente.

Dar información muy genérica que no sea específica, corre el riesgo de parecer que no es real, y por tanto que es inventada. Por eso es importante jugar con los números.

Tu especificidad gana mucho más poder cuando tu consigues demostrar resultados con número específicos:

“34% de los empresarios...”

“10 técnicas para aprender...”

8. ENEMIGO COMÚN

Los estudios demuestran que necesitamos sentirnos parte de un conjunto definido y que no escatimamos en defender los intereses que consideramos como propios, uniéndonos en grupo contra nuestro enemigo común. “Nosotros contra ellos”.

Se trata de una estrategia que consigue quitar el foco sobre ti, y poner el foco en nuestro enemigo común, haciendo por tanto que nos aliemos.

Este disparador hace que se despierte una emoción, entrando en acción los instintos tribales innatos que tenemos los humanos y se crea por tanto una voz de oposición con la que tus lead se quieren juntar o no.

“Al igual que tu, yo también no me creo que...”

“Tu y yo hemos pasado por...”

9. POR QUÉ.

Este disparador se centra en dar una respuesta a la mente racional, antes de que esta nos haga preguntas. Por eso debes justificar el por qué de todo lo que digas, para ayudar en todo momento a facilitar la toma de decisiones.

El “por qué” es una palabra que crea una emoción positiva en la mente de las personas, y sugiere una solución que activa un deseo. Todas las personas son programadas para aceptar una explicación, y al usar la palabra “por qué”, tu interlocutor satisface la búsqueda natural de su cerebro por razones.

“Entrenamiento con 50 % de descuento porque...”

“¿Por qué no funcionan tus anuncios? Porque...”

10. NOVEDAD.

Este es un disparador muy potente que despierta a nuestra mente cuando se posiciona delante de algo que es una oportunidad, una novedad, en definitiva algo diferente y nuevo.

Los científicos nos enseñan que cuando somos expuestos a algo nuevo, se produce un aumento de liberación de dopamina (Neurotransmisor responsable de la sensación de placer), por eso debes buscar cuales son tus valores diferenciales y novedosos en toda la comunicación de tu producto.

11. COHERENCIA/COMPROMISO

Una de las reglas de la mente es ser coherente. Ser coherente es el camino más rápido, porque sólo necesitamos seguir el camino que la mayoría sigue, así evitamos el trabajo de pensar. Es por ello que en este disparador utilizaremos mucho la prueba social, ya que nos va a ayudar a generar mucha coherencia y en la medida de lo posible, tendremos que ir comprometiendo al cliente con pequeñas preguntas, para que cuando llegemos al cierre, al haber respondido que sí a todas, sería incoherente que nos diga que no.

12. AFINIDAD.

Las personas compran por afinidad o aspiración a ser como tú, por eso debes analizar muy bien a tu cliente ideal, sus deseos, dolores y todo lo que tienes en común con él. Analiza las palabras que utiliza en el día a día y busca las situaciones que afronta a diario como tú.

La venta es confianza y a través de la afinidad vas a conseguir una mayor conexión.

13. ANITICIPACIÓN.

Es muy importante crear espacios en la mente del consumidor para poder tener entretenida la mente racional y así hacer pasar nuestro mensaje. Dime de qué hablarás y cuándo lo vas a hablar, pero no lo hables todavía.

14. CONTRASTE.

La mente tiene la necesidad de comparar para poder tomar la decisión de lo que es mejor, y es algo que hace antes de tomar esta decisión. Es por ello que debemos facilitarle el trabajo, creando nosotros el contraste que necesita en 3 escenarios diferentes o comparándonos con un competidor contra el que tenemos una gran ventaja.

15. GARANTÍA.

Comentábamos al principio que a la mente le gusta siempre ganar, por eso este disparador es tan importante. Una garantía al mismo tiempo implica calidad en el producto y aumenta siempre el valor percibido. Se trata por tanto de dar alivio cognitivo para que compren. Debes utilizar la garantía junto al disparador de arrepentimiento y escasez.

16. ESCASEZ.

En el proceso de compra, el cliente tiene que tomar dos decisiones: la primera es que quiera comprar y la segunda es que compre ya.

Estamos ante el disparador que más aumenta el valor para el cierre.

La escasez se genera por tiempo o cantidad:

- Bono: Dar un bono especial por un límite de tiempo o cantidad.
- Prueba social: Si hay 6 personas viendo este anuncio ahora.
- Precio en el tiempo: Este precio aumentará a partir del...
- Precio por cupo: Las matrículas de este curso se acaban...
- Disponibilidad: Sólo quedan 2 habitaciones.

Para terminar os dejamos dos citas que resumen muy bien este tema:

“La habilidad de tratar con la gente es una mercancía tan comprable como el azúcar o el café y pagarle más por esa habilidad que por cualquier otra bajo el sol.”

“La unidad de propósito es uno de los elementos esenciales para el éxito en la vida.” John D. Rockefeller.