

9 CONCEITOS DE PSICOLOGIA APLICADOS AO MARKETING



Entender o comportamento humano através da psicologia pode fazer a diferença entre o sucesso e o fracasso de uma campanha de marketing. Mas por onde começar? Abaixo listamos os nove conceitos de psicologia mais úteis para profissionais de marketing.

1. Efeito Halo

Esse conceito sugere que nossa impressão geral de uma pessoa (ou marca) influencia como a percebemos em aspectos específicos. Por exemplo, se os consumidores veem uma empresa como inovadora, provavelmente presumirão que todos os seus produtos são disruptivos, mesmo sem qualquer prova concreta.

2. Aversão à Perda

As pessoas tendem a preferir evitar perdas do que obter ganhos equivalentes. No marketing, isso pode ser aplicado oferecendo ofertas por tempo limitado ou destacando o que os clientes perderão se não agirem – um desconto exclusivo, por exemplo.

3. Prova Social

As pessoas são influenciadas pelo comportamento de outras pessoas. As avaliações dos clientes, os depoimentos e os “mais vendidos” são todos exemplos de prova social usados para influenciar as decisões de compra.

4. Viés de Confirmação

As pessoas tendem a procurar e prestar mais atenção em informações que confirmam suas crenças preexistentes. Um profissional de marketing pode usar isso ao destacar características do produto que estão alinhadas com as necessidades ou desejos já existentes do público-alvo.

5. Efeito de Escassez

Este conceito sugere que quando algo é raro ou difícil de obter, é percebido como mais valioso. Ao limitar a disponibilidade de um produto ou serviço (por exemplo, “apenas 5 itens restantes”), os profissionais de marketing podem aumentar a demanda.

6. Efeito de Ancoragem

As pessoas tendem a se basear muito em uma primeira peça de informação (a “âncora”) ao tomar decisões. No marketing, este efeito pode ser usado ao definir preços (por exemplo, “reduzido de R\$200 para R\$100”).

7. Efeito do Gradiente de Metas

Este conceito sugere que as pessoas são mais motivadas à medida que se aproximam de um objetivo. Um profissional de marketing pode usar isso ao criar motivar um potencial cliente a tomar uma ação (por exemplo, “dê um passo rumo ao seu sonho da casa própria”).

8. Efeito da Mera Exposição

Este conceito sugere que as pessoas tendem a desenvolver uma preferência por coisas apenas porque estão familiarizadas com elas. Isso é o fundamento de muitas estratégias de marketing digital, como anúncios repetitivos.

9. Viés da Autoridade

As pessoas tendem a acreditar e seguir figuras de autoridade. No marketing, isso pode ser demonstrado por ter um especialista ou uma celebridade endossando um produto.

Considerações finais sobre o uso da Psicologia no Marketing

A psicologia desempenha um papel fundamental para entendimento do comportamento do consumidor e, conseqüentemente, do marketing. Como Carl Jung disse uma vez: “Até que você torne o inconsciente consciente, ele irá direcionar sua vida e você chamará de destino”.

Entender os princípios psicológicos e aplicá-los em estratégias de marketing pode ser o diferencial entre ser direcionado pelo mercado ou se tornar um líder dele.