

GATILLOS MENTALES

**EBOOK CON
AUDIOCURSO**



UNTIPOMUYCOPY

GATILLOS MENTALES (EBOOK)

Nota importante: *" En el audio se desarrolla un poco más cada punto y pongo algún ejemplo de lo que estamos hablando. Si tienes el audio, deberías escucharlo. Además de disfrutar de mi aterciopelada voz de locutor de radio de media noche."*

Hay señales memorizadas en nuestro subconsciente que nos hacen optar por un producto en lugar de otro.

Y esas señales se llaman gatillos mentales.

Para persuadir y entender a tus clientes potenciales, necesitas saber cuáles son y cómo utilizarlos en tus estrategias de marketing.

¿Qué son los gatillos mentales o disparadores mentales?

Para entender qué son los disparadores mentales, también conocidos como gatillos mentales o gatillos emocionales, es necesario comprender cómo nuestro cerebro hace elecciones a diario.

¿Crees que tomamos todas nuestras decisiones conscientemente?

Pues, la verdad es que, antes de que una decisión llegue a la consciencia, nuestro inconsciente ya sabe qué elegiremos.

Cuando nuestro cerebro recibe información, rápidamente la filtra y procesa los estímulos que provocan una reacción emocional.

Las reacciones pueden generar distintos sentimientos, como alegría, ansiedad, entusiasmo, desánimo, motivación y muchos otros que pueden ser positivos o negativos, dependiendo del estímulo recibido.

La mente toma muchas decisiones sin que lleguen a la consciencia. Es una forma de preservar nuestra energía escogiendo según nuestras experiencias y preferencias.

Si, por ejemplo, haces una anotación mientras lees esta lección o cruzas los brazos en algún momento, te darás cuenta de que ya estás tomando algunas decisiones automáticamente. ¡Y así es todos los días, en todo momento!

Estos estímulos interpretados por nuestro inconsciente son los disparadores mentales y, más allá de que son una estrategia muy usada en el Marketing Digital, forman parte del campo de estudio de la psicología y la ciencia.

Por eso, usarlos puede ayudarte a entender el funcionamiento de la mente de tu público y a conquistar nuevos clientes, trabajando con técnicas de persuasión.

Vale aclarar que persuasión no es lo mismo que manipulación, ya que esta última se basa en la mentira para alcanzar algún objetivo. Pero eso TU Y YO LO SABEMOS.

Los gatillos mentales en el marketing van de la mano con la persuasión y hacen que un producto o servicio sea lo suficientemente atractivo como para que el cliente efectúe la compra o se establezca algún tipo de relación con él. Así vamos al lío y itoma gatillazo!!

9+1 Gatillos Mentales que usarás para que tus textos convenzan a tu cliente.

Vamos a entrar en el mundo, casi diría mágico de la psicología de venta. Conseguir que las personas te hagan caso, convencidas de que, en realidad, están haciendo lo mejor para ellos, es algo que mal usado, se convierte en manipulación.

Por ello existe esa línea tan fina entre la persuasión y la manipulación.

Si en una negociación ganan los dos y tu eres el que vende, es persuasión.

Si en una negociación gana solo uno, el que vende, eso es manipulación. Y el que compra, es prácticamente estafado.

Métete esto en la cabeza, para utilizar estas 9+1 trucos mágicos de manera honesta.

Si me entero que no lo ejecutas bien y vas por ahí manipulando con estos conocimientos que te voy a trasladar, te aviso que soy maestro de aquelarres. Y te puedo perseguir, incluso después de la muerte eterna.

1- Razón

El **gatillo mental "razón"** puede ser utilizado en textos persuasivos para ayudar a convencer a la audiencia de una idea o acción. Algunas formas de utilizar el gatillo mental "razón" en textos persuasivos podrían incluir:

- 1. Ofrecer argumentos lógicos y coherentes:** Presentar pruebas y datos que respalden tu posición puede ayudar a convencer a la audiencia de que tu idea o acción es la más razonable.
- 2. Utilizar la lógica y el razonamiento:** Demostrar cómo tu idea o acción es la más lógica y coherente puede ser una forma efectiva de persuadir a la audiencia.
- 3. Evitar apelar a las emociones:** Aunque es importante conectar con la audiencia a nivel emocional, es esencial no utilizar tácticas manipuladoras o tratar de

manipular a la audiencia utilizando sus emociones. En cambio, es mejor basarse en la lógica y el razonamiento para persuadir a la audiencia.

4. Utilizar un lenguaje claro y conciso: Es importante evitar utilizar palabras o términos confusos o ambiguos y utilizar un lenguaje claro y conciso para ayudar a la audiencia a comprender tu argumento de manera más efectiva.

Es esencial tener en cuenta que la persuasión es una técnica poderosa, y es importante utilizarla de manera responsable y ética. Es esencial respetar a la audiencia y no tratar de manipularla utilizando tácticas deshonestas o engañosas.

2- Autoridad

El **gatillo mental "autoridad"** se refiere a la tendencia de las personas a seguir y confiar en aquellos que son considerados autoridades en un área en particular. Al utilizar el gatillo mental "autoridad" en un texto persuasivo, se trata de presentarse o presentar a otras personas como autoridades en el tema sobre el que se está escribiendo o hablando, con el objetivo de persuadir a los lectores o oyentes a seguir o confiar en la información que se está proporcionando.

Aquí hay algunas maneras de utilizar el gatillo mental "autoridad" en un texto persuasivo:

- **Citar a expertos o autoridades en el tema:** Al citar a expertos o autoridades en el tema sobre el que se está escribiendo o hablando, se demuestra que la información

que se está proporcionando es fiable y confiable.

- **Proporcionar pruebas o estudios:** Al proporcionar pruebas o estudios realizados por expertos o autoridades en el tema, se demuestra que la información que se está proporcionando es científicamente válida y confiable.
- **Presentarse como un experto o autoridad:** Si eres un experto o autoridad en el tema sobre el que estás escribiendo o hablando, presentarte como tal puede ayudar a persuadir a los lectores u oyentes a seguir o confiar en la información que estás proporcionando.
- **Utilizar lenguaje formal o técnico:** Al utilizar lenguaje formal o técnico, se puede transmitir la impresión de que eres un experto o autoridad en el tema y, por lo tanto, que la información que estás proporcionando es confiable.

Es importante tener en cuenta que, aunque el gatillo mental "autoridad" puede ser efectivo en algunas situaciones, no siempre funcionará y es posible que no sea apropiado en todas las circunstancias. Además, es importante no abusar de este gatillo mental y asegurarse de que la información que se está proporcionando es verdadera y confiable.

3- Escasez

El **gatillo mental de "escasez"** se refiere a la idea de que algo es más valioso o deseable porque es raro o está en corta cantidad. Es comúnmente utilizado en el marketing y la publicidad para persuadir a las personas a comprar o tomar una acción de alguna manera.

Para utilizar el gatillo mental de "escasez" en textos persuasivos, puedes incluir mensajes que hagan hincapié en la cantidad limitada de algo o en la oportunidad única de conseguirlo. Algunas estrategias que podrías utilizar son:

- **Ofrecer una cantidad limitada de un producto o servicio:** Al hacer que algo parezca escaso, puedes crear un sentido de urgencia y hacer que las personas sientan que deben tomar una decisión rápidamente para no perder la oportunidad.
- **Utilizar contadores de tiempo:** Al utilizar contadores de tiempo, como "sólo quedan 10 días para aprovechar esta oferta", puedes crear una sensación de urgencia y hacer que las personas sientan que deben actuar rápidamente para no perder la oportunidad.
- **Ofrecer una oportunidad única:** Al hacer que algo parezca único y no

disponible en otro momento, puedes crear un sentido de escasez y hacer que las personas sientan que deben aprovechar la oportunidad mientras pueden.

- **Hacer hincapié en la popularidad de algo:** Al hacer que algo parezca muy popular y que se está agotando rápidamente, puedes crear un sentido de escasez y hacer que las personas sientan que deben actuar rápidamente para no perder la oportunidad.

Es importante tener en cuenta que el gatillo mental de "escasez" debe utilizarse de manera ética y no engañosa. No se debe utilizar para manipular a las personas o para hacer que compren algo que no quieren o no necesitan.

4- Evitar el dolor

El **gatillo mental "evitar el dolor"** puede ser una herramienta efectiva para persuadir a alguien en un texto, ya que muchas personas tienen una gran necesidad de evitar el dolor y el sufrimiento. Al utilizar este gatillo mental, puedes enfocarte en los problemas o dificultades que pueda estar experimentando la persona a la que te diriges y cómo tu solución o producto puede ayudar a evitar ese dolor o sufrimiento.

Aquí hay algunos ejemplos de cómo podrías utilizar el gatillo mental "evitar el dolor" en un texto persuasivo:

- **"¿Estás cansado de tener dolor de cabeza todos los días?** Nuestro producto puede ayudar a aliviar ese dolor de cabeza de manera efectiva y sin efectos

secundarios. ¡Evita el dolor y disfruta de una vida más cómoda y sin dolor con nuestro producto!"

- **"¿Estás preocupado por el dolor que podrías sentir en el futuro si no haces algo al respecto?** Nuestro programa de entrenamiento puede ayudarte a fortalecer tu cuerpo y evitar el dolor de espalda y otras molestias. ¡Evita el dolor y vive una vida más activa y saludable con nuestro programa!"
- **"¿Estás harto de sentir dolor en tus pies al final del día?** Nuestros zapatos de trabajo son especialmente diseñados para evitar el dolor y la fatiga en los pies. ¡Evita el dolor y disfruta de una jornada de trabajo sin dolor con nuestros zapatos!"

Al utilizar el gatillo mental "evitar el dolor", debes asegurarte de que tu solución o producto realmente pueda ayudar a evitar el dolor o el

sufrimiento que mencionas. Si utilizas este gatillo de manera inapropiada o engañosa, puedes dañar tu credibilidad y perder la confianza de tu audiencia.

5- Reciprocidad (¿Te suena esto de algo?)

El **gatillo mental de reciprocidad** se basa en la idea de que las personas tienden a sentirse obligadas a devolver un favor o un regalo que han recibido. Se puede utilizar en textos persuasivos para crear una sensación de deuda o compromiso en la persona que está leyendo el texto.

Aquí te dejo algunas formas en las que se podría utilizar el gatillo mental de reciprocidad en un texto persuasivo:

- **Ofreciendo algo de valor gratuitamente:** Al ofrecer algo de valor gratuitamente, se está generando una sensación de deuda en la persona que está recibiendo el regalo. Por ejemplo, si se está promocionando un producto o servicio, se podría ofrecer una muestra gratuita o un regalo a los primeros compradores.
- **Haciendo una petición razonable:** Al hacer una petición razonable después de haber ofrecido algo de valor, se está utilizando el gatillo mental de reciprocidad para crear una sensación de compromiso en la persona que está leyendo el texto. Por ejemplo, después de ofrecer una muestra gratuita de un producto, se podría pedir a la persona que deje una reseña o comparta el producto con sus amigos.
- **Mostrando gratitud:** Mostrar gratitud por algo que la persona ha hecho por ti también

puede activar el gatillo mental de reciprocidad. Por ejemplo, si alguien ha compartido tu contenido en sus redes sociales, puedes mostrar gratitud y hacer una petición razonable, como pedirles que compartan una de tus publicaciones futuras.

Es importante tener en cuenta que el gatillo mental de reciprocidad debe utilizarse de manera ética y no abusiva. No se debe presionar o manipular a las personas para que hagan algo que no quieren hacer. Además, es esencial asegurarse de que la petición que se está haciendo sea razonable y no excesiva en relación con lo que se ha ofrecido

6- Empatía. Mi favorito.

El **gatillo mental de "empatía"** se refiere a la habilidad de ponerse en el lugar de otra persona y comprender sus sentimientos y perspectivas. Puede ser útil utilizar el gatillo mental de empatía en textos persuasivos para conectar con el público y hacerles sentir comprendidos y valorados.

Aquí hay algunas formas en las que puedes utilizar el gatillo mental de empatía en tus textos persuasivos:

- 1. Identifica las necesidades y preocupaciones de tu audiencia:** Antes de empezar a escribir, trata de comprender qué es lo que más preocupa a tu audiencia y qué necesidades tienen. Esto te ayudará

a conectar con ellos de manera más efectiva.

2. Utiliza lenguaje inclusivo: Utiliza un lenguaje que incluya a todos los miembros de tu audiencia y haga que se sientan parte de la conversación. Por ejemplo, en lugar de decir "ustedes", puedes decir "nosotros" o "nuestro equipo".

3. Haz que tu audiencia se sienta escuchada: Demuestra que has escuchado y comprendido las preocupaciones de tu audiencia, y que estás dispuesto a trabajar juntos para encontrar soluciones.

4. Utiliza ejemplos y anécdotas que muestren cómo otros han logrado lo que quieres persuadir a tu audiencia de hacer: Cómo otras personas han logrado lo que quieres persuadir a tu audiencia de hacer, y cómo han superado obstáculos similares a los que pueden estar

enfrentando. Esto les ayudará a ver que es posible lograr lo que quieres persuadirles y que no están solos en su camino.

5. Muestra empatía hacia el punto de vista de tu audiencia: Aunque quieras persuadir a tu audiencia de tu punto de vista, es importante mostrar que entiendes y respetas su perspectiva. Esto les ayudará a sentirse comprendidos y más dispuestos a considerar tu punto de vista.

7- Novedad

El **gatillo mental "novedad"** puede ser utilizado en textos persuasivos para llamar la atención de la audiencia y hacer que se sienta interesada en lo que estás diciendo. Algunas maneras de utilizar el gatillo mental "novedad" en textos persuasivos podrían ser:

1. **Ofrecer algo nuevo:** Si estás promocionando un producto o servicio, puedes destacar las novedades o las características únicas que ofrece para atraer la atención de la audiencia.
2. **Presentar una solución innovadora:** Si estás tratando de persuadir a la audiencia para que adopte una solución a un problema, puedes destacar cómo es innovadora y diferente a lo que ya existe.
3. **Utilizar ejemplos o historias novedosos:** La gente suele ser más interesada en las cosas nuevas y diferentes, por lo que puedes utilizar ejemplos o historias novedosas para atraer su atención y mantener su interés.
4. **Plantear preguntas interesantes:** Las preguntas pueden ser una forma efectiva de llamar la atención de la audiencia y hacer que se sienta interesada en lo que estás diciendo. Puedes plantear preguntas

interesantes y novedosas para captar su atención.

A tener en cuenta que el gatillo mental "novedad" debe ser utilizado de manera ética y no manipulativa. No debes exagerar ni mentir sobre las novedades o las características únicas de lo que estás promocionando para atraer a la audiencia. Además, es esencial respetar la inteligencia y la capacidad de decisión de la audiencia y no tratar de persuadirla con trucos o mentiras.

8- Curiosidad

El **gatillo mental de "curiosidad"** se puede utilizar para despertar el interés y la atención de las personas en un texto persuasivo. Algunas formas de utilizar el gatillo mental de curiosidad en un texto persuasivo podrían ser:

1. Plantear una pregunta o un enigma:

Puedes plantear una pregunta o un enigma al inicio de tu texto para llamar la atención de la audiencia y hacer que quieran seguir leyendo para obtener la respuesta o la solución.

2. Ofrecer información novedosa o sorprendente:

Puedes incluir información novedosa o sorprendente en tu texto para despertar la curiosidad de la audiencia y hacer que quieran seguir leyendo para saber más.

3. Crear suspense:

Puedes utilizar el suspense para hacer que la audiencia quiera seguir leyendo para descubrir lo que sucede a continuación.

4. Mostrar sólo una parte de la información:

Puedes mostrar sólo una parte de la información y dejar algunas preguntas sin respuesta para hacer que la

audiencia quiera seguir leyendo para obtener más información.

Es importante tener en cuenta que el gatillo mental de curiosidad debe utilizarse de manera ética y no engañosa. No es apropiado utilizar la curiosidad de la audiencia para llevarla a una conclusión o una acción que no es verdadera o no está justificada

9- Seguridad

El **gatillo mental "seguridad"** se puede utilizar para crear una sensación de seguridad y confianza en el lector o receptor de un mensaje persuasivo. Algunas formas en las que se podría utilizar el gatillo mental "seguridad" en textos persuasivos son:

- 1. Demostrando la seguridad del producto o servicio:** Si estás tratando de persuadir a alguien para que compre un producto o utilice un servicio, puedes demostrar la seguridad y confiabilidad del mismo mediante el uso de pruebas, testimonios de clientes satisfechos y garantías.
- 2. Utilizando un tono seguro y confiado:** El tono de tu mensaje también puede transmitir una sensación de seguridad y confianza. Utiliza un tono seguro y confiado en tu mensaje para transmitir a tu audiencia que pueden confiar en ti y en lo que estás diciendo.
- 3. Ofreciendo una solución segura a un problema:** Si estás tratando de persuadir a alguien para que utilice tu producto o servicio como solución a un problema, puedes destacar cómo tu opción es segura

y confiable y cómo puede ayudar a resolver el problema de manera efectiva.

4. Creando una sensación de seguridad en el futuro: Puedes utilizar el gatillo mental "seguridad" al hablar del futuro y cómo tu producto o servicio puede ayudar a asegurar un futuro más seguro y estable para la persona que lo utilice.

El uso de los gatillos mentales debe hacerse de manera ética y no debe manipular a la audiencia de manera inapropiada. Además, es esencial asegurarse de que lo que estás diciendo sea verdadero y que puedas respaldarlo con pruebas y hechos. Perdóname si me pongo pesadurum con esto, pero me parece crucial. LA HONESTIDAD, QUE NO SE OLVIDE POR FAVOR.

10- Anticipación

El **gatillo mental "anticipación"** puede ser muy efectivo para crear interés y expectación en un texto persuasivo. Al anticipar los beneficios o resultados que pueden obtenerse al seguir las ideas o sugerencias presentadas en el texto, se puede estimular la curiosidad y la motivación de la audiencia para leer más o tomar una acción.

Para utilizar el gatillo mental "anticipación" en un texto persuasivo, puedes:

1. Introducir el tema o la idea que quieres persuadir a la audiencia:

Describe brevemente lo que quieres presentar y por qué es importante para la audiencia.

- 2. Hacer hincapié en los beneficios o resultados positivos que la audiencia puede obtener al seguir tus ideas o sugerencias:** Destaca los beneficios específicos y cómo pueden mejorar la vida de la audiencia.
- 3. Crear expectación al anticipar lo que sucederá si la audiencia sigue tus ideas o sugerencias:** Describe las consecuencias positivas que pueden esperar al tomar la acción que propones.
- 4. Utilizar lenguaje emocional y conectivo para hacer que la audiencia se sienta involucrada y motivada:** Utiliza palabras y frases que evoquen emociones positivas y que hagan que la audiencia se sienta conectada con tus ideas.
- 5. Proporcionar un llamado a la acción:** Al final de tu texto, proporciona una llamada a la acción clara y específica que indique a

la audiencia qué deben hacer para obtener los beneficios o resultados que has anticipado.

El gatillo mental "anticipación" debe utilizarse de manera ética y honesta, y no debe exagerar o falsear los beneficios o resultados que se pueden obtener. Además, es esencial respetar las decisiones y preferencias de la audiencia y no presionar o manipular para que tomen una acción en contra de su voluntad.

Por último, si te ha picado y has pensado que te has llevado gran valor con este audio curso y ebook, **piensa en pillarte el VADEMÉCUM COPY**, dentro tienes mi método para generar contenido sin fin, como un pro. El método que me he trabajado durante 6 meses, para mi mismo y luego decidí compartirlo con vosotros.

Si decides invertir para tener mi sistema en tu móvil y en tu ordenador, te haré un descuento

en el precio por el dinero que has invertido en este audio curso. Escíbeme a josely@untipomuycopy.com y le ponemos solución.

ABRAZORUM. 😊