

Эмоции, которые заставляют нас действовать

Нам нравится думать, что люди — рациональные существа, которые принимают взвешенные, обдуманые решения, но на самом деле нами руководят сиюминутные эмоции, инстинкты и перепады настроения. Из-за этого задача маркетологов здорово усложняется, ведь чтобы вызвать к разуму, достаточно быть логичным, а вот что делать, чтобы вызвать к чувствам?

Мы вспомним самые распространенные эмоции и разберемся, как и почему они подталкивают людей к выполнению различных действий — покупке, подписке на рассылку, регистрации на сайте и т.д.



Доверие: Именно это чувство лежит в основе любого успешного сотрудничества. Если его нет, клиент наверняка скажет вам «До свидания». Чтобы вызвать доверие, будьте прямым и честным, найдите свою аудиторию, разговаривайте на понятном ей языке и никогда не давайте невыполнимых обещаний.



Подъем: Людям нравится думать, что они контролируют ситуацию и принимают решения самостоятельно. Если при покупке клиент ощущает подъем, значит, в дальнейшем он наверняка не пожалеет о сделанном выборе.



Смушение: Если вы думаете, что это не самая приятная для человека эмоция, то вы, безусловно, правы. Но смысл не в том, чтобы вызвать смущение ради смущения, а в том, чтобы показать, как ваш продукт поможет человеку с ним справиться. Покажите, что вы в курсе его проблемы и знаете, как ее решить.



Вдохновение: Беспроигрышный вариант и одна из главных движущих сил в мире. Для того, чтобы вдохновлять людей, вам надо понимать их желания и давать понять, что они могут сбыться.



Восторг: Скачок адреналина — очень мощный маркетинговый инструмент. Не знаете, как его вызвать? Намекните человеку, что очень скоро с ним случится нечто грандиозное. Покажите, что он в шаге от радикальных перемен и великих достижений.



Надежда: Вера в успех — одна из движущих сил в современном обществе. Хотите использовать это? Выясните, на что надеется и о чем мечтает ваша целевая аудитория, а затем подумайте, как ваш продукт может помочь этим надеждам оправдаться.



Веселье: Бесчисленные исследования доказывают, что смех и улыбка снижают стресс и делают нас счастливее. Вы знаете, что люди в хорошем настроении гораздо охотнее расстаются с деньгами и соглашаются на различные предложения. Постарайтесь рассмешить клиента — это обязательно скажется на конверсии и продажах.



Любовь к ближнему: Когда будете рекламировать ваш продукт, помните, что перед вами может оказаться не конечный покупатель, а тот, кто ищет подарок для друга, коллеги или мамы. Не забывайте, что очень часто люди хотят порадовать не себя, а своих близких.



Эмпатия: Люди — существа социальные. Наша способность к сопереживанию играет очень важную роль в принятии решений, связанных с тратами. Некоммерческие организации и социально ответственные компании должны учиться работать с эмпатией и аккуратно вплетать ее в канву своей маркетинговой стратегии.

Источник

http://ru.wix.com/blog/2016/06/нейромаркетинг-10-эмоций-заставляющие-нас-действовать/?utm_source=Ru+Wix+Blog&utm_campaign=a8a2b4bd6e-UA-2117194-43&utm_medium=email&utm_term=0_5ed7fe84c4-a8a2b4bd6e-156789713