

Criação 1k

MT: TOP 6 gatilhos mentais para vendas B2B e como usá-los

MD: Veja como estimular o cliente à decisão com os gatilhos mentais para vendas B2B: reciprocidade, prova social, autoridade, coesão e coerência e mais!

KW:gatilhos mentais para vendas B2b

+gatilho da reciprocidade

+tomada de decisões

-vendas B2B

-equipe de vendas

Pauta: X gatilhos mentais para vendas B2b

<https://blog.ramper.com.br/gatilho-mentais-vendas/>

<https://piattino.com.br/blog/index.php/gatilhos-mentais-vendas-b2b/>

6 gatilhos mentais para vendas B2B

Vender para empresas é um desafio bastante peculiar. Isso porque, diferente das transações B2C, as negociações com pessoas jurídicas geralmente levam tempo, são burocráticas e demandam múltiplas aprovações. Nesse sentido, como acelerar o processo mantendo-o efetivo? Uma boa possibilidade é usar os gatilhos mentais para vendas B2B.

Conhecidos como **ferramentas persuasivas**, os gatilhos de venda despertam emoções específicas em seus interlocutores, e, se usadas de forma estratégica, podem auxiliar bastante no processo de vendas.

Quer entender como usar gatilhos mentais de vendas B2B de forma efetiva? Continue a leitura.

Reflexões sobre tomadas de decisão pelas empresas

O processo de compra B2B, ou seja, aquele que ocorre entre duas empresas, sempre foi naturalmente complexo.

Não à toa, nos referimos a ele como um [ciclo de vendas longo](#). Isso porque, entre o primeiro contato com a empresa e a compra, efetivamente, existem diversas etapas, muito movimento de ida e vinda entre as etapas e, principalmente, um longo período de espera entre cada uma.

Com o advento da era digital e as mudanças no comportamento dos consumidores, os negócios B2B também passaram por transformações.

Ainda que em menor escala, **os consumidores corporativos fazem buscas ativas para identificar seus fornecedores e entender de que forma eles constroem sua autoridade no mercado.**

Prova disso é [esta pesquisa](#), que mostra que **90% dos consumidores B2B iniciam sua jornada de compra com uma busca online.**

E vamos além! O conteúdo construído digitalmente pelas empresas vendedoras faz diferença. Esta outra [pesquisa](#) mostra que, antes de entrar em contato com um agente de vendas, uma média de **41% dos consumidores B2B lê pelo menos 3 conteúdos do potencial fornecedor** (artigos, blog posts, etc).

Nesse sentido, incorporar os gatilhos mentais para vendas B2B nos conteúdos da empresa pode encurtar o caminho entre você e seu cliente.

Mas antes de falarmos sobre o tema central do artigo, que tal darmos alguns passos para trás?

O que são gatilhos mentais de vendas?

Gatilhos mentais de vendas são estímulos indiretos dados a partir do uso de determinados termos e argumentos no discurso persuasivo.

A ideia é conduzir o potencial cliente à tomada de decisão de forma **rápida e efetiva**, despertando, nele, sentidos como urgência, necessidade, confiança, entre outros.

O uso de [gatilhos de vendas](#) é bastante comum no segmento de varejo B2C. Quer ver? Faça um exercício e pense nas chamadas televisivas de publicidades das principais lojas de departamento da sua região. Termos como “Só amanhã” ou “Exclusivo para...” são comuns na linguagem deste grupo.

Entretanto, empresas visionárias e dispostas a otimizar seus processos de conversão também começaram a adotar gatilhos mentais de forma sutil ao longo dos discursos. Até mesmo empresas B2B.

Gatilhos mentais para vendas B2B e B2C: qual a diferença?

Para entender as principais diferenças entre o uso de gatilhos mentais para vendas B2B e B2C, é preciso considerar as características de ambos os consumidores e como cada um deles se movimenta ao longo da [jornada de compra](#).

Consumidores B2C passam pelo funil de vendas de forma rápida e, em muitos casos, autônoma. Além disso, a partir do momento em que iniciam suas buscas por um fornecedor, passam a ser algoritmicamente bombardeados por anúncios e ofertas semelhantes àquilo que ele procura.

Nesse sentido, para captar a atenção do consumidor “pessoa-física” e se diferenciar da concorrência, muitas vezes é preciso usar gatilhos de venda de forma incisiva.

Por outro lado, a jornada de compra B2B é construída de forma contínua, a partir de pesquisas que evoluem para conversas, que se tornam reuniões, apresentações de propostas, etapas de consideração, aprovação interna, e, só então, se convertem em uma venda.

Para não melindrar a construção de confiança entre as partes, as empresas fornecedoras precisam ser cautelosas. Por isso, os gatilhos mentais para vendas B2B tendem a ser mais sutis e altamente personalizados. Para cada tipo de cliente, uma estratégia diferente.

A seguir falamos, na prática, quais os gatilhos mais comuns e em que situações são utilizados.

6 gatilhos mentais para vendas B2B

É hora de entender como usar gatilhos mentais para vendas B2B. Separamos 6 opções e mostramos como aplicá-las em uma abordagem comercial voltada para a captação de clientes corporativos.

1. Prova Social

Afinal, como construir uma imagem de reputação e credibilidade perante outras empresas? Uma possibilidade bastante utilizada e, não por acaso, efetiva, é o uso do gatilho da prova social.

Ele consiste em **“atestar” a qualidade do serviço prestado com a ajuda de depoimentos e informações cedidas pelos próprios clientes**. A ideia é construir, na mente do potencial comprador, a sensação de que há uma **comunidade de “semelhantes”** que já utiliza e aprova as soluções oferecidas.

Além de ajudar a influenciar a decisão de compra, o uso deste gatilho estimula a percepção de que adquirir o que lhe é oferecido coloca a empresa no mesmo patamar das empresas apontadas como clientes satisfeitos.

Pensando nisso, lembre-se: tem um cliente grande ou relevante no seu portfólio? Tente coletar um depoimento e inserir em suas apresentações de venda e canais digitais (site e redes sociais) como prova social!

2. Urgência

O segundo gatilho mental efetivo para vendas B2B é a urgência. Anteriormente, pontuamos o quão a estratégia é usada no B2C, mas agora, voltaremos o olhar às transações corporativas.

Sobretudo se a sua empresa oferece produtos ou serviços alinhados a pautas relevantes (como sustentabilidade, impacto social, diversidade etc), esse gatilho pode ajudar a despertar o prospect para a urgência em aderir às agendas.

Para embasar o uso da ferramenta, ilustre a argumentação com estatísticas (que mostrem, por exemplo, que X% das empresas já adotaram) e reforce que este é o momento ideal para fechar o negócio.

3. Reciprocidade

O gatilho da reciprocidade ajuda a fortalecer a ideia de troca mútua na relação comercial.

Nesse sentido, você, agente de prospecção e vendas, pode oferecer algo exclusivo ou personalizado para o cliente. Em contrapartida, ele sentirá que te deve algo em troca. Em uma negociação, geralmente, o gatilho leva ao fechamento do negócio.

Leitura complementar: saiba mais sobre o [gatilho mental da reciprocidade](#)

4. Autoridade

O [gatilho mental da autoridade](#) caminha em paralelo com a prova social. Aqui, além da boa impressão causada pelos depoimentos de clientes, o agente de vendas utiliza bons argumentos para mostrar que domina determinado tema.

Cabe ao agente definir qual será a estratégia: fortalecer a imagem da marca no mercado, defender a expertise do time operacional no desenvolvimento do produto ou mesmo ressaltar as habilidades gerenciais dos times de planejamento e criação estratégica.

5. Compromisso

O gatilho do compromisso deveria ser obrigatório entre empresas B2B ou B2C. A lógica deste gatilho é mostrar ao cliente como o seu negócio se compromete com aquilo que é acordado e entrega o prometido em todas as fases da negociação.

6. Coerência

Da mesma maneira, com o intuito de converter o cliente e atestar a seriedade do negócio, agentes e vendedores usam o gatilho da coerência.

Ele mostra que todos os pontos de contato da empresa com seus clientes, bem como comunicações com a sociedade, são coerentes com aquilo que é prometido no discurso de compra.

Percebe como a maioria dos gatilhos mentais para vendas B2B tem, como principal objetivo, fortalecer o posicionamento da marca como autoridade de mercado?

Por isso é tão importante trabalhar para consolidar esta posição. Desta forma, o uso de gatilhos torna-se apenas um meio para mostrar ao consumidor aquilo que é fato.

Prepare sua equipe de vendas para gerir todos os leads B2B captados!

O uso de gatilhos mentais para vendas B2B pode acelerar a captação de leads para o seu negócio. Se a sua estratégia funcionar, você já sabe como gerenciar todos os potenciais clientes?

Uma dica para manter o fluxo de vendas sob controle é o uso de [ferramentas de Gestão do Relacionamento com o Cliente](#), os chamados CRM.

Com o [Zendesk Sell](#), por exemplo, você tem acesso a um pipeline integrado e organizado com as principais movimentações de todos os prospects ao longo do funil.

Assim, fica mais fácil gerenciar demandas, atender rapidamente a dúvidas e chamados, trabalhar colaborativamente com setores da [força de vendas](#) e acessar dados históricos para embasar decisões.

E tem mais: você pode experimentar todas as funcionalidades do nosso CRM em um período de teste gratuito! [Preencha o formulário](#) e comece agora mesmo.