

EL MIEDO Y OTRAS EMOCIONES QUE INCIDEN EN LA TOMA DE DECISIONES PARA LA COMPRA

El miedo es la emoción que hace más vulnerables a los consumidores. El arte de las marcas no está en vender los miedos al cerebro, sino en convencerlos de tener la solución a estos miedos.

Los consumidores compran debido al miedo y la culpabilidad, dos emociones que se acentúan en época de crisis económica. ¿Por qué sucede esto? Estudios de Neuromarketing demostraron que al cerebro le gusta la ilusión de protección y seguridad.

Así que cuanto más seguridad y más soluciones a los miedos promocióne su marca, más crecimiento tendrá.

<https://neuromarketing.la/2016/04/del-miedo-al-impulso-compra-marketing/>

El miedo funciona como elemento motivacional e impulsa en los procesos de consumo, puede acelerar las conversiones y puede ocasionar que los consumidores acaben comprando cosas que necesitan o no necesitan.

En el consumo existe también ese miedo a perderse algo, lo que provoca, desde la compra de productos que están de oferta porque se teme el dolor que puede provocar pagarlos luego al precio de verdad, hasta el hecho de no poder evitar el comprar productos que prometen una vida mejor.

Otro factor a tener en cuenta es que los consumidores tienen una elevada aversión al riesgo, y éste es un elemento que acentúa el miedo de forma clara. Los consumidores no quieren asumir el riesgo a equivocarse y no tomar las decisiones correctas, por lo que estrategias como recordar que otros consumidores ya han comprado un determinado producto, reafirmar el proceso de compra o insistir en las políticas de devolución, harán que el consumidor se sienta mucho más seguro y con menos temor al riesgo.

Porque, además, los consumidores no solo temen comprar mal sino también perder ventanas de oportunidad y ahí es donde entra en juego la psicología de la escasez que motiva a la compra por miedo a quedarse sin el producto o servicio deseado.

<http://web.interactuamas.com/2020/07/la-psicologia-del-miedo-influencia-en-las-decisiones-de-compra/>

Razones por las que la gente compra productos o contrata servicios y que conllevan al miedo por no realizar o aplazar determinada compra:

- Necesidades básicas
- Escases
- Prestigio
- Precios bajos
- Reconocimiento del nombre de la marca
- Moda e innovación
- Alimento para el ego

<https://www.marketingdirecto.com/actualidad/checklists/20-razones-por-las-que-la-gente-compra>