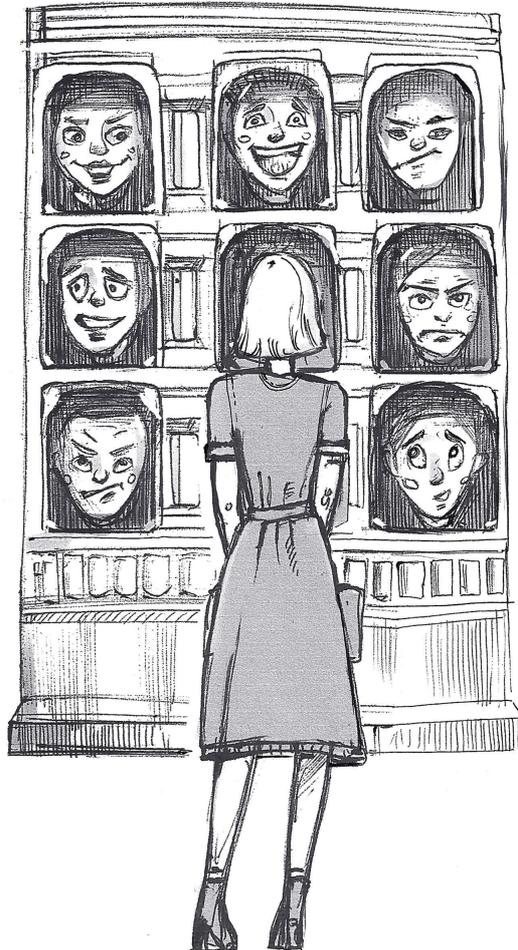


Из Америки  с любовью



# Emotions

Эмоции

## Описание триггера

Эмоции являются катализатором, которые двигают человека в сторону покупки, а также позволяют предложению войти в резонанс с потенциальным покупателем или обратить на себя его внимание.

Пример реализации:

Обучающее видео на платформе <http://resources.spyfu.com/>



«10 лет преимуществ»  
Практическая пошаговая система  
[molodost.bz/10-let/](http://molodost.bz/10-let/)

## Tips

### Подсказки

- Любые эмоции, где ты хороший, — это хорошо.
- Есть риск мгновенно вызвать отчуждение покупателя, если эмоции будут распознаны как фальшивые.
- Если вы вызываете эмоции специально, люди понимают, что вы манипулируете.
- Эмоции — это опасная субстанция при передозировке.
- Главное — это амплитуда эмоций.
- Последняя эмоция — самая запоминающаяся и окрашивает в свой цвет все предыдущее.
- Во время продаж эмоциональный фон должен быть выше.
- При продажах для того прокачать свой эмоциональный уровень, встаньте и продавайте стоя.
- Будьте осторожны с негативными эмоциями. Используйте негативные эмоции только через сопереживание.

## Вопросы

### Вопрос №1

Какие эмоции вы испытываете, когда покупаете? Вспомните несколько своих самых ярких эмоциональных покупок.

### Вопрос №2

Какую эмоцию вызывает ваш продукт/услуга во время покупки?



### Вопрос №3

Как вы можете применить триггер «Emotions» в вашем бизнесе?

### Внедрения

#### Задание №1

Нарисуйте эмоциональную амплитуду в вашем рекламном сообщении:



## Задание №2

Напишите, какие эмоциональные триггеры необходимо добавить в ваши рекламные сообщения:

