



## De 7 triggers

Gebruik de volgende 7 triggers in al je direct response marketing. Ze zijn bedoeld om je boodschap op een emotionele manier aan je potentiële klant over te brengen in plaats van een rationele manier.

### **Trigger 1: Schaamte**

We voelen allemaal schaamte. Niemand wil zich schamen, maar iedereen schaamt zich wel ergens voor. Schaamte zorgt ervoor dat mensen in actie komen als ze buiten de groep dreigen te vallen. Het is een evolutionaire eigenschap en het is een krachtige motivator.

### **Trigger 2: Emotionele Pijn**

We kennen allemaal praktische pijn. Praktische pijn ervaren we bij problemen. We vinden dingen dan lastig, moeilijk of vervelend. Emotionele pijn is de emotie die aan deze last is verbonden.

Mensen komen pas in actie wanneer ze emotionele pijn voelen. Niet wanneer ze alleen praktische pijn voelen.

### **Trigger 3: Boosheid, woede en jaloezie**

Het gebruik van de boosheid trigger zien we vaak terug in politieke campagnes.

Iedereen is wel boos op iets of iemand. Deze boosheid, woede of jaloezie speelt vaak op de achtergrond. Wanneer we deze naar voren halen creëren we een gezamenlijke vijand. De vijand van mijn vijand is immers mijn vriend.

We hoeven een potentiële klant hier alleen maar aan te herinneren. We hoeven niet te stoken en ons zelfs niet negatief uit te laten.

### **Trigger 4: Mystiek**

Mensen zijn heel erg gevoelig voor magie, geheimen, samenzweringen en mystieke gebeurtenissen. Mystiek biedt vaak de weg van de minste weerstand naar de oplossing van een probleem.

Wat bij deze trigger belangrijk is om in gedachten te houden is dat we vaak rationeel niet in mystiek geloven, maar emotioneel wel, en we willen er wel graag in geloven. Herinneren we onze potentiële klant hier aan dan triggeren we actie.



## **Trigger 5: Wraak**

Iedereen koestert wrok jegens iets of iemand, net als dat we boodsheid en jaloezie voelen. En deze wraak gevoelens zijn een enorm krachtige motivator. Het is een trigger waardoor mensen in actie komen.

We hoeven de potentiële klant hier slechts aan te herinneren. We hoeven geen wraakgevoelens te creëren. Ze waren al aanwezig. We gebruiken ze om de door ons gewenste actie plaats te laten vinden.

## **Trigger 6: Angst en onzekerheid**

Iedereen heeft onzekerheden over wat ze doen, wie ze zijn, hoe ze eruit zien, over hoe ze overkomen, of over hoe anderen hen zien.

Wanneer je deze onzekerheden bij je potentiële klant blootlegt en aantikt. Dan creëert je een response waarbij de kans op actie groter wordt.

## **Trigger 7: Hebzucht**

Het is niet de meest charmante trek, maar ook die eigenschap delen we allemaal.

Maar onder hebzucht valt ook de emotie die we voelen als we het idee hebben dat we iets mislopen. Dat anderen profiteren en wijzelf niet. Dat we achter het net vissen.

We zijn hier gevoelig voor en dit gevoel laat ons op emotionele basis in actie komen.