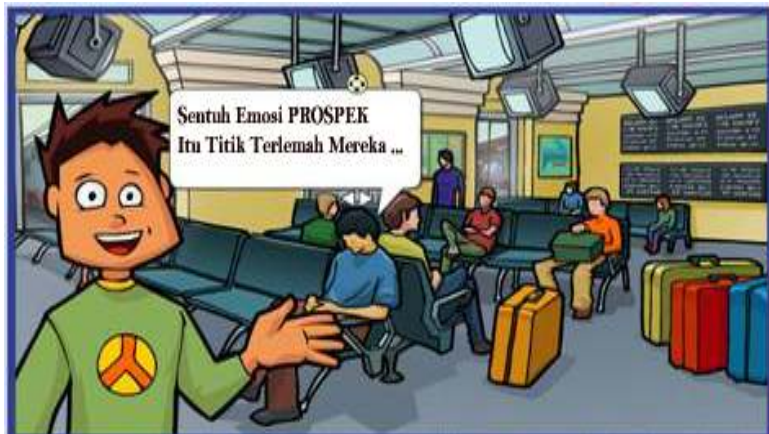


## I Mind Set Calon Pembeli ( PROSPEK )

### 1.1 Keputusan membeli adalah faktor emosional bukan rasional

95 % Keputusan membeli berasal dari factor emosional. Perhatikan diri kita. Kapan terakhir Anda membeli handphone ? Ingat baik – baik. Mengapa Anda membeli handphone merk itu ?



Secara rasional, Anda merasa BERAT mengeluarkan uang. Apalagi harganya mahal. Namun, tetap saja uang Anda berpindah juga ke tangan penjual handphone.

Ternyata biang keladi pada emosi Anda. Emosi memiliki pertimbangan, begini kira-kira bunyinya :

1. Kalau saya beli merek handphone itu, pasti akan terlihat **KEREN**
2. Handphone itu membuat rasa **PERCAYA DIRI** saya meningkat
3. Teman saya pasti **KAGUM** saat melihat handphone ini
4. **GENGSI** saya makin tinggi dengan merek dan model HP ini
5. **Gaya Hidup (Lifestyle)** makin terlihat **MODERN** dan **GAUL**

Perhatikan kata yang saya cetak tebal, itu adalah perbendaharaan emosi Anda. Emosi sangat berkuasa bahkan bisa menaklukkan sisi rasional Anda. Itulah titik lemah setiap orang. *Anda perlu memanfaatkan atau dimanfaatkan dari pengetahuan ini.*

Keputusan membeli sangat didominasi factor emosional dan rasional. Ini sangat menarik. Terutama kaum hawa ( wanita ), area emosi mereka lebih besar dari pria.

Tak heran, mengapa wanita sangat suka berbelanja baju, perhiasan serta berbagai asesories yang menarik. Sebabnya jelas, mereka ingin terlihat cantik ( panggilan naluri).

Wanita sangat haus pengakuan, bahkan pujian bisa memabukkan. Ini naluri dasar ( *basic instink* ), berlaku bagi wanita manapun, apa pun suku dan budayanya.

Demikian pria. *Faktor emosi menjadi pemicu utama yang menggerakkan tangan, mengambil dompet, mengeluarkan sejumlah uang dan memberikannya ke penjual.*

Bedanya, kalau suara emosi pria lebih ke arah kemaskulinan. Misalnya terlihat lebih macho ( jantan ), trendy, eksklusif serta berjiwa berani. Pada ujungnya semua itu **bahasa emosional**.

Kalau kita perhatikan, mengapa Facebook sangat sukses di muka bumi ini, karena jejaring social itu telah berhasil menciptakan aplikasi yang memungkinkan semua orang terhubung, lengkap dengan data diri mereka. Hingga bisa menyalurkan emosi mereka secara Cuma-Cuma.

Di Facebook, kita bisa meng *update* status ( apakah mood kita sedang galau atau flat ), menampilkan foto diri dan bisa meng *update aneka* foto terkini. Semua itu bersifat **SANGAT EMOSIONAL DAN GRATIS**.

Bukan hanya Facebook, sejumlah aplikasi handphone, misalnya Blackberry Masenger, WhatsApp dan sejenisnya juga memiliki karakter yang sama. Sisi emosional kita disandera hingga rasional menyerah.

Emosional memiliki karakter kuat. Bahkan beberapa orang ada yang memiliki karakter emosional yang sangat dominan, sehingga sangat mudah dipengaruhi oleh berbagai penawaran yang *irrasional*.

Apa misalnya ?

- Diskon hingga 70 %
- Beli 2 dapat 1
- Free Voucher Menginap di Hotel
- Garansi seumur hidup
- Cuci gudang
- Banting Harga Kualitas Terjamin
- Pernah dipakai selebritis

Dan banyak lagi ...

Memang, pada prinsipnya otak manusia dibagi menjadi dua area, sisi otak kanan dan sisi otak kiri. Otak kanan lebih dominan pada *kata, warna, suara, kata hati, music, spiritual, social* dan banyak lagi contoh lainnya.

Sementara otak kiri lebih kearah *analisis, data, fakta, angka, logika, berhitung, duniawi, individual* dan banyak lagi

Berdasarkan riset dan pendapat para ahli psikologi, ternyata **pengambil keputusan terbesar manusia itu berasal dari otak emosional dan sisanya otak rasional**.

#### **Kesimpulan :**

Kuasai dua area penting otak manusia, yaitu otak kiri dan kanan, pastikan produk / jasa Anda memenuhi kebutuhan kedua otak itu