

---

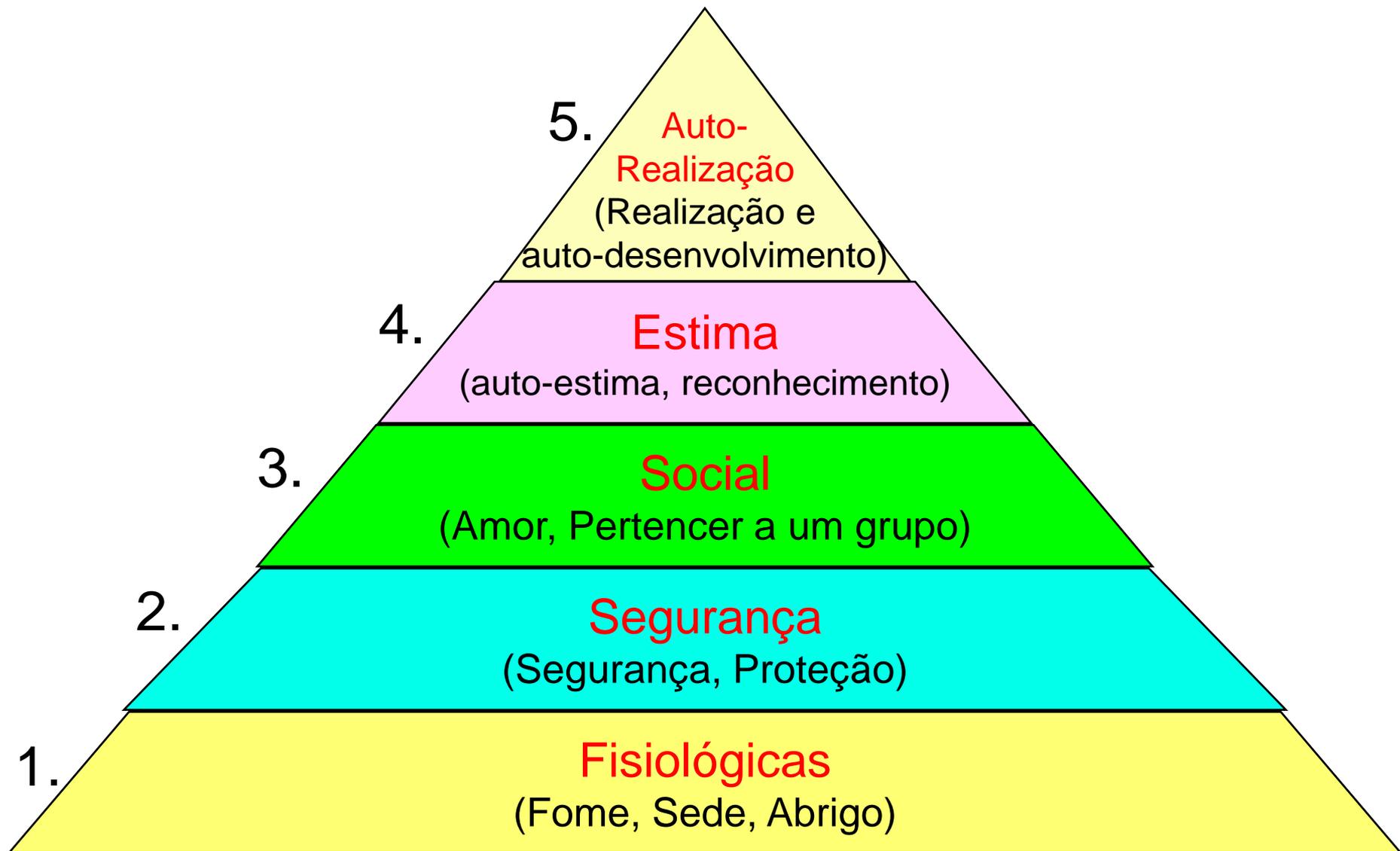
# **MOTIVAÇÃO, PERSONALIDADE E EMOÇÃO**

(Aula 6)

# Tipos de Necessidades / Motivos

## A Hierarquia de Maslow

---



# As necessidades segundo Henry Murray

---

1. Necessidade de adquirir: desejo de possuir produtos ou serviços;
2. Necessidade de realização: de superar obstáculos, de exercer responsabilidades, de lutar para conseguir algo a longo prazo...
3. Necessidade de exibição: desejo de atrair a atenção dos outros, de emocionar, de surpreender...
4. Necessidade de dominar: influenciar ou controlar os outros, persuadir, proibir, dirigir, de organizar a vida em grupo...
5. Necessidade de afiliação: necessidade de fazer amigos, de pertencer a grupos...
6. Necessidade de brincar/divertir: evitar tensões através do divertimento;
7. Necessidade de ordem: necessidade de organizar, de ser limpo, de ser preciso e escrupuloso...
8. Necessidade de reconhecimento: necessidade de suscitar favores, de ressaltar os seus valores, de procurar distinção...
9. Necessidade de deferência: necessidade de admirar e seguir por vontade própria um superior, de cooperar com um líder, de servir;
10. Necessidade de autonomia: desejo de resistir a influências ou coações, de desafiar a autoridade e de procurar a liberdade;
11. Necessidade de agressão: atacar e injuriar, de provocar dano, de acusar, de castigar...

# NECESSIDADES SENTIDAS

---

- As necessidades sentidas (benefícios esperados da compra e uso) podem ser classificadas em duas categorias:
  - **Necessidades Utilitárias:** Consideram os atributos ou benefícios, objetivos e aspectos funcionais do produto
  - **Necessidades Hedonistas/Vivenciais:** São os prazeres, fantasias e considerações estéticas subjetivas.
- As necessidades utilitárias e hedonistas aparecem simultaneamente em um processo de decisão de compra.

# Motivações basilares = Valores

---

## Motivação básica: Ideais

- Indivíduos ligados ao conhecimento e a princípios. Manifesta-se via curiosidade intelectual, busca filosófica tranquila, adesão a um código de conduta próprio ou convicções sociais como religião, moral ou ética. **Tendência de basear decisões de compra em critérios abstratos ou idealizados, como qualidade, integridade e tradição.**

## Motivação básica: Realizações

- Buscam posição social clara, responsabilidades e aprovação explícita de um grupo social valorizado. Tendem a focar-se em atividades coletivas no trabalho e com a família, assim como nas recompensas ou avaliação positiva por parte dos outros. **Baseiam suas escolhas nas reações esperadas, preocupações e desejos das pessoas que fazem parte do grupo a que pertencem ou aspiram pertencer.**

## Motivação básica: Auto-expressão

- Valorizam as ações pelo impacto no mundo físico ou pelas emoções e prazer associados a tais comportamentos. Uma característica dessa motivação é a ligação vital e emocional com experiências. **Fazem escolhas que enfatizam desafios pessoais e resistência a controles sociais que ameaçam a experimentação e a auto-confiança.**

# Tipos de Necessidades ou motivos Positivos Versus Negativos

---

## Positivos

- **Tênis novo para participar de competição.**
- **Perfume para sentir-se mais agradável aos outros.**
- **Curso de Pós para atuar melhor profissionalmente**
- **Ginástica para emagrecer**

## Negativos

- **Seguro para não deixar família desamparada.**
- **Remédio para curar dor de cabeça.**
- **Carro novo porque o que você gostava deu perda total.**
- **Ginástica para não engordar**

# Necessidades Versus Desejos

---

## Necessidades

- **Motivam objetivos genéricos de comportamento**
- **Associadas a categorias de produtos**
- **Relacionada à demanda primária**
- **Podem ser satisfeitas de muitas maneiras**
- ***Podem ser despertadas***

## Desejos

- **Motivam objetivos específicos de comportamento**
- **Associados a marcas definidas de produtos**
- **Relacionada à demanda específica, segmentada.**
- **São satisfeitos de poucas formas**
- ***Podem ser criados***

# Tipos de Necessidades ou motivos Racionais Versus Emocionais

---

## Motivos Racionais

- o indivíduo age baseado num critério totalmente objetivo, como tamanho, peso, preço ou desempenho.

## Motivos Emocionais

- Ação pauta-se em critérios pessoais e subjetivos como individualidade, orgulho, medo, afeição e status

A satisfação da necessidade é um processo muito pessoal, baseado na personalidade e cenário social do indivíduo, suas experiências passadas, seus valores, percepção, situação emocional e ocasião de compra/consumo.

## Big Five – Os 5 fatores da personalidade

---

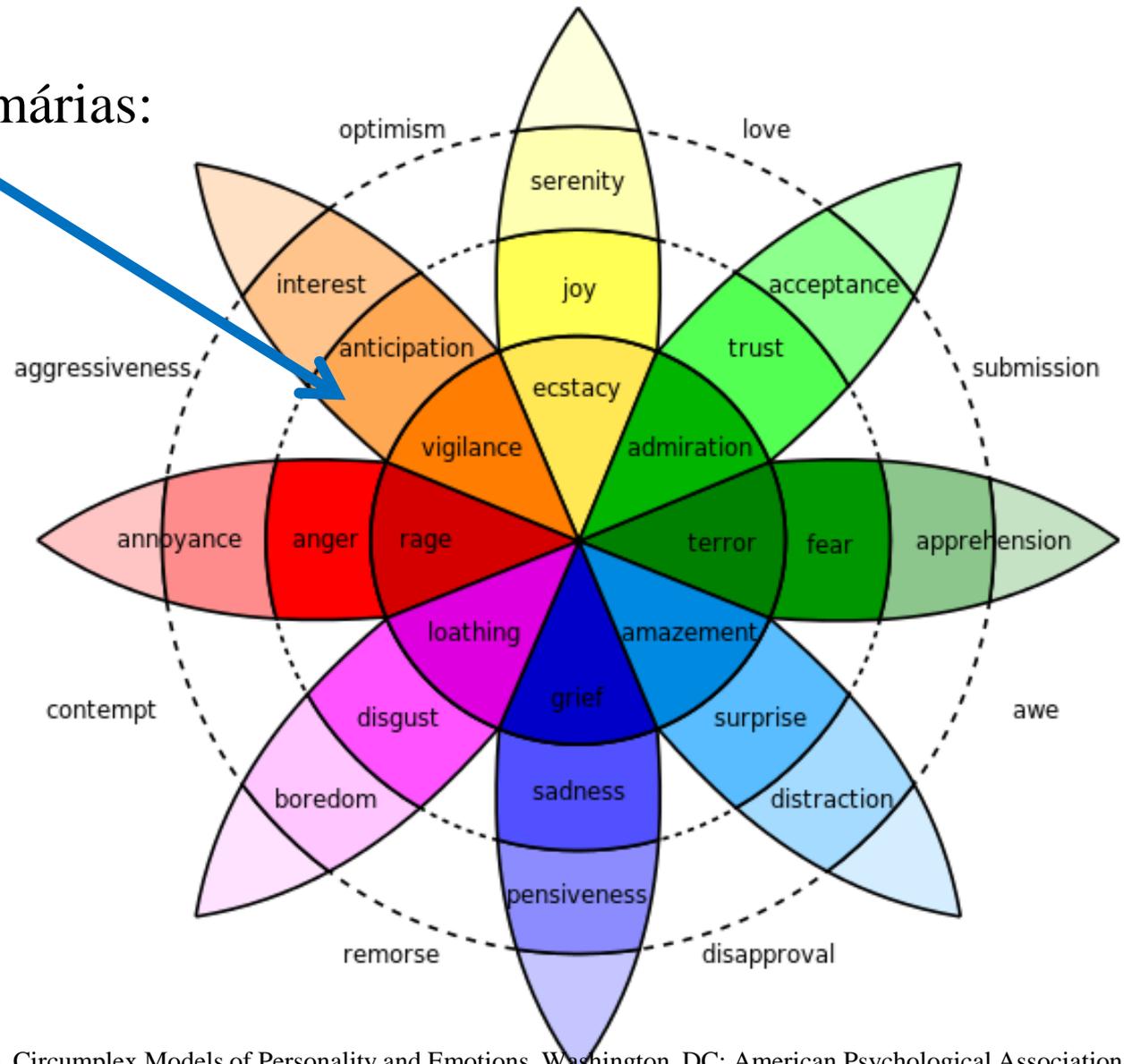
- Neuroticismo ou instabilidade emocional (neuroticism)
- Extroversão (extraversion)
- Amabilidade (agreeableness)
- Escrupulosidade (conscientiousness)
- Abertura para a experiência (openness to experience)



# Emoções segundo Robert Plutchik

Oito emoções primárias:

1. Raiva,
2. Medo,
3. Tristeza,
4. Nojo (aversão, repugnância),
5. Surpresa,
6. Expectativa (suspense, antecipação)
7. Confiança
8. Alegria.



# Técnicas para desvendar motivações e emoções.

---

## TÉCNICAS PROJATIVAS JÁ ESTUDADAS

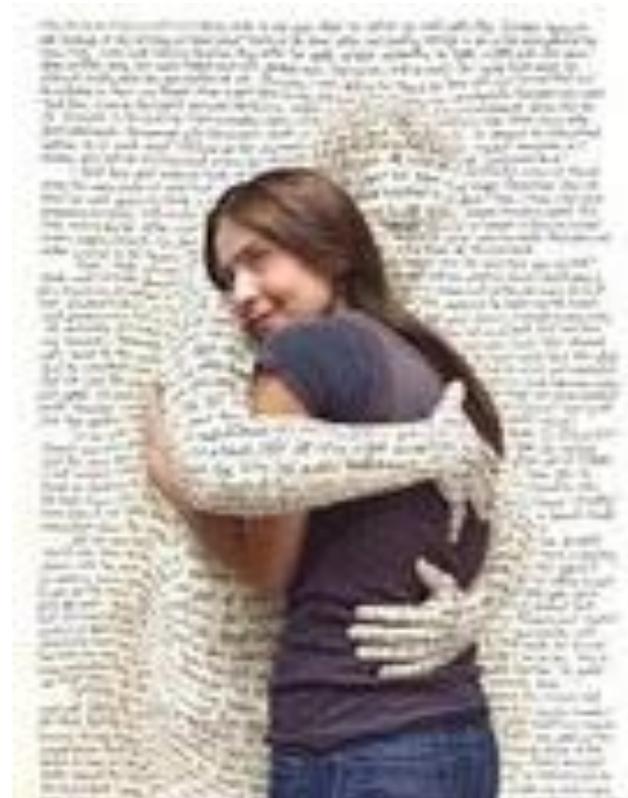
As respostas são analisadas para determinar quais os temas e conceitos chave que são associados a determinado produto ou serviço.

As respostas são analisadas para ver se existem associações positivas ou negativas. Quando se mede também o tempo de resposta (latência da resposta) averigua-se também a emoção na resposta.

ELICITAR (Fazer  
Aflorar) METÁFORAS

TÉCNICA ZMET

Zaltman Metaphor  
Elicitation Technique



## As 7 gigantes – As metáforas mais comuns à humanidade

---

- Equilíbrio - a busca pessoal de uma existência equilibrada,
- Transformação, jornada - em direção ao crescimento pessoal,
- Recipiente (ou contêiner),
- Conexão (interpessoal),
- Recursos (para mudar uma situação adversa)
- Controle (sobre determinada situação).

Exemplo de uso na propaganda

<https://www.youtube.com/watch?v=mGFe07Ro7r0>

# Estudo de Caso Rímel



Atributos concretos	Consequências funcionais	Consequências psicológicas	Valores terminais
Preto	(+ positivas)	(+ positivas)	Poder
Denso	Alonga	Perfeição	Autoestima
Cremoso	Engrossa	Transformação	
Diferentes pincéis	Dá volume	Beleza	
	Preenche	Ser notada	
	(- negativas)	Feminilidade	
	Cola	Sensualidade	
	Dificuldade	(- negativas)	
	Exagero	Desagradável	
		Irritação	