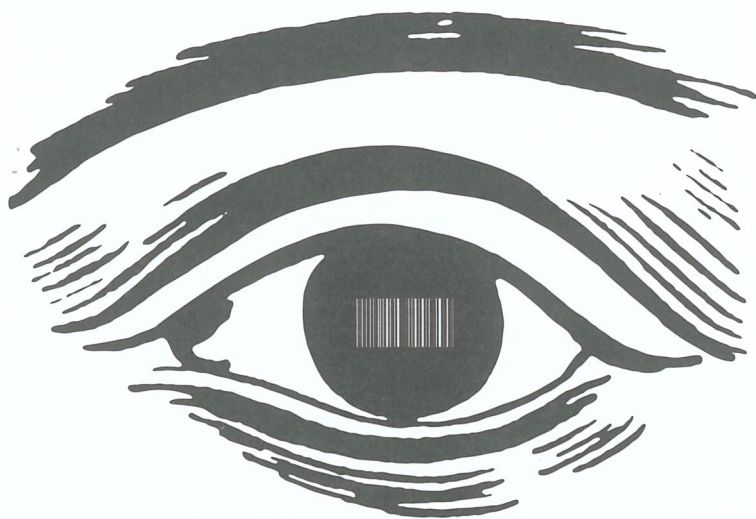


16½ vieses psicológicos que
influenciam o que compramos

A ILUSÃO da ESCOLHA



Richard Shotton



ALTA BOOKS
GRUPO EDITORIAL
Rio de Janeiro, 2024

BIBLIOTECA DO SENADO FEDERAL

658.8342
S559P7
IDE

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	X
1. FORMAÇÃO DE HÁBITOS	1
2. SIMPLIFIQUE	15
3. DIFICULTE	25
4. O EFEITO GENERATIVO	37
5. A HEURÍSTICA DE KEATS	45
6. CONCRETUDE	55
6½. PRECISÃO	67
CAPÍTULO BÔNUS: NEGLIGÊNCIA DO VALOR BASE	73
7. AVERSÃO A EXTREMOS	77
8. NEGLIGÊNCIA DO DENOMINADOR	85
9. A NECESSIDADE DO EXPERIMENTO	93
10. ENQUADRAMENTO	103
11. SENSO DE JUSTIÇA	111
12. LIBERDADE DE ESCOLHA	121
13. O EFEITO RED SNEAKERS	129
14. O EFEITO HALO	137
15. A SABEDORIA DO BOM HUMOR	147
16. A REGRA DO PICO-FIM	157
CONCLUSÃO	169
LEITURAS RECOMENDADAS	171
AGRADECIMENTOS	173
ÍNDICE	174
SOBRE O AUTOR	178