

PATOGĒ

**COMO A
CONSULTORIA
DE ESTILO PODE
TE AJUDAR A
VENDER MAIS**





Entender as necessidades de cada cliente e saber exatamente o que oferecer como solução pode te ajudar a fidelizá-los. Com conhecimento sobre consultoria de estilo sua multimarca vai longe.

Cada vez mais a qualidade do atendimento na loja física tem se tornado fator decisivo para **fidelizar clientes e fechar vendas**, uma vez que o consumidor está mais conectado, tem acesso a todo tipo de informações e é bombardeado o tempo todo com promoções online praticadas pela concorrência.

É justamente neste cenário que preparamos um e-book totalmente voltado para os **vendedores da sua loja**. Queremos mostrar que

é possível conquistar um cliente através do **atendimento consultivo**, com foco em ajudá-los a **melhorar a autoestima** e entender que para cada biotipo existe um produto que se encaixa melhor.

Este material está repleto de dicas relacionadas a consultoria de estilo, estatísticas sobre a **insatisfação das mulheres com o próprio corpo** e formas de melhorar ainda mais o desempenho da sua equipe de vendas.

Índice de Conteúdos

1. Insatisfação com o próprio corpo
2. Trabalhando a autoestima
3. Consultor (a) de estilo X Consultor (a) de moda
4. Consultoria de estilo
5. Para cada tipo de corpo, uma solução personalizada
6. O gancho das calças
7. Bom senso, sempre!

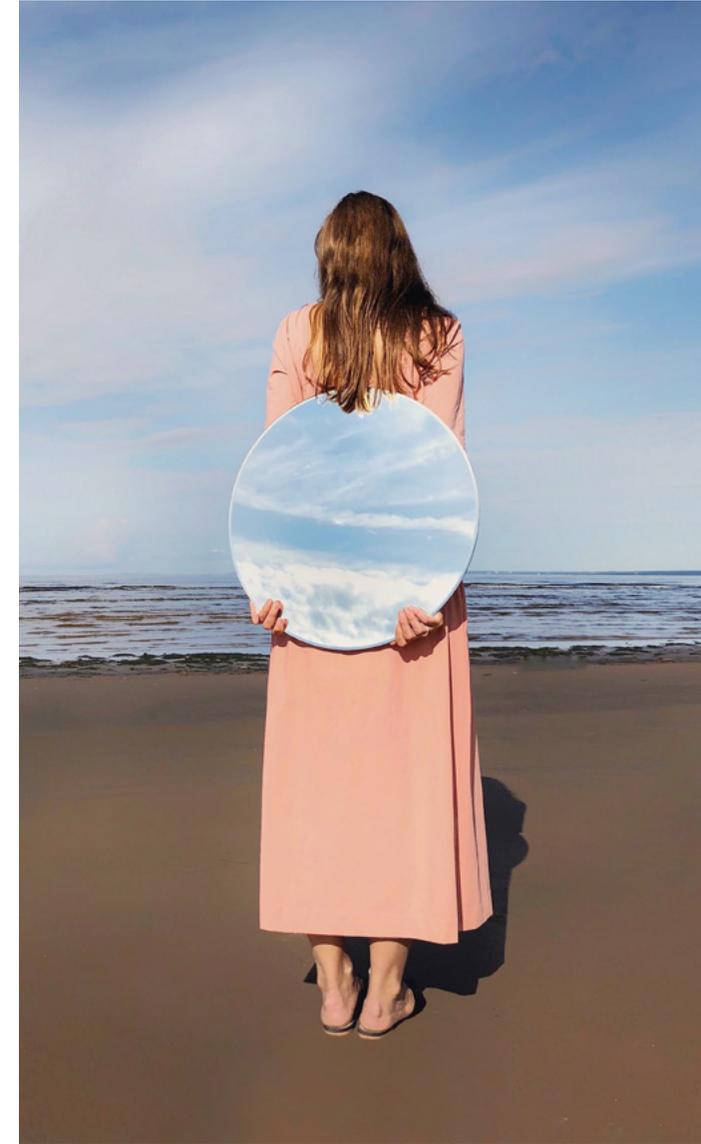
1. Insatisfação com o próprio corpo

Apesar das mulheres brasileiras terem fama por sua beleza e curvas de dar inveja, vários estudos científicos, realizados ao longo dos anos, mostram que **a grande maioria não se sente satisfeita com o próprio corpo.**

Uma matéria publicada pela Revista Marie Claire em 2018, indica que existe uma relação direta entre o corpo e a autoestima. Segundo o Grupo Especializado em Nutrição e Transtornos Alimentares e Obesidade, 90% das mulheres têm algum tipo de insatisfação com a aparência e 60% dizem trocar 5 anos de vida para atingir o peso ideal.

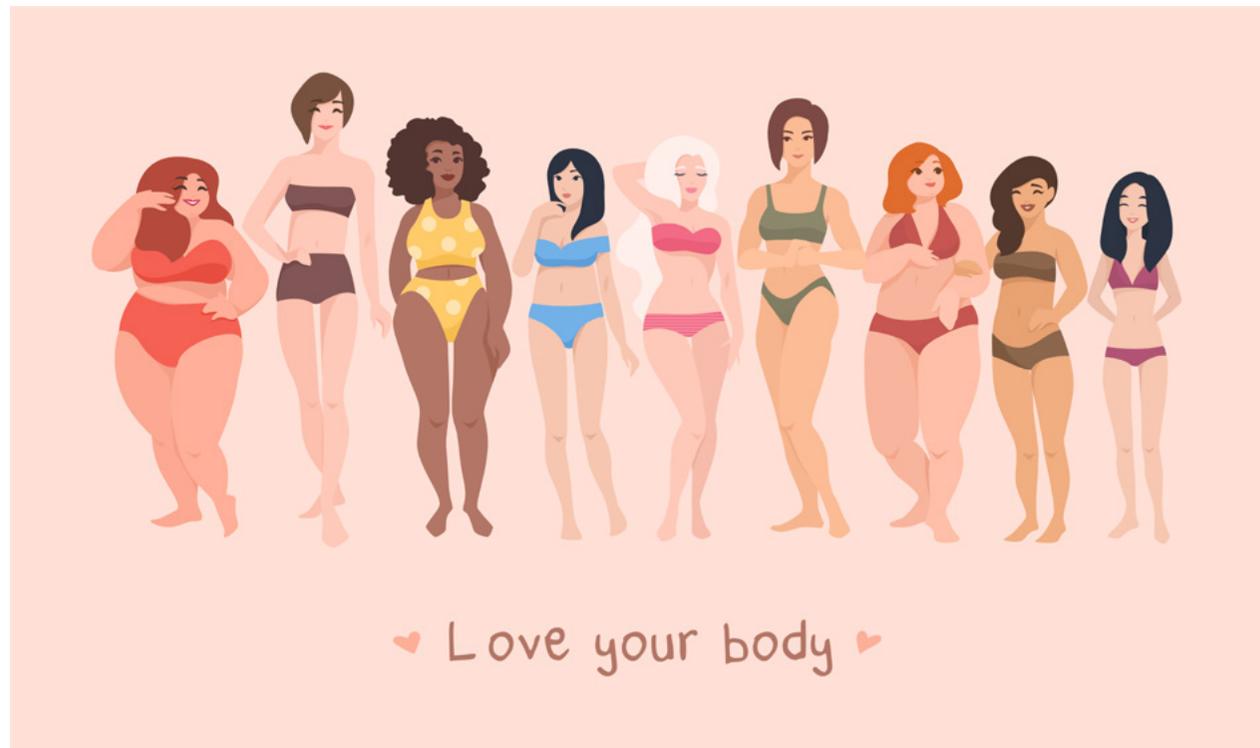
Outro dado alarmante publicado pelas pesquisas é que o Brasil é o segundo país com maior número de cirurgias plásticas no mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. O número de intervenções estéticas pode ser influenciado por vários fatores, entre eles a aceitação pessoal, a história de vida, o contexto social e econômico de cada indivíduo e os padrões impostos pela sociedade e a mídia.

De acordo com dados da SBCP (Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica) as intervenções plásticas cresceram, juntamente com as alternativas menos invasivas, como a aplicação de botox.



Implante de silicone nos seios, lipoaspiração e abdominoplastia são as intervenções campeãs no Brasil, o que nos ajuda a compreender o quanto as mulheres estão insatisfeitas com o próprio corpo e como podemos **trabalhar a autoestima delas dentro do ponto de venda.**

Uma mulher que não se sente bem em frente ao espelho, dificilmente vai gostar de alguma roupa.



2. Trabalhando a autoestima

2.1. O que é a autoestima?

au·to·-es·ti·ma

(*auto- + estima*)

substantivo feminino

Apreço ou valorização que uma pessoa confere a si própria, permitindo-lhe ter confiança nos próprios atos e pensamentos.

Plural: auto-estimas.



2.2. Então como será possível trabalhar a autoestima de outra pessoa, se isso é algo que parte exclusivamente dela?

Através do empoderamento verdadeiro de todas as mulheres, adolescentes, senhoras de meia idade que entram na sua loja. É preciso mostrar o tempo todo para elas que cada pessoa tem as suas próprias características e que ninguém pode ser igual. Vivemos em um país com grande diversidade cultural e isso é ótimo para desenvolvermos a nossa empatia pelo próximo.

NA PRÁTICA

A autoestima relacionada ao peso tem a ver com as roupas que sua cliente deseja, mas que não encontra nas lojas porque só tem numeração 38, por exemplo. Tem a ver com o fato de querer comprar sempre blusas de manga longa para tapar os braços que é mais gordinho.

A sua equipe de vendas precisa estar pronta para atender todos os tipos de mulheres com atenção, ouvi-las e dar soluções certas para cada tipo de corpo. Nada de querer empurrar produto encalhado só para vender. A sua cliente quer uma "amiga" sincera para dizer se a peça combinou ou não com o estilo dela.



3. Consultor (a) de Estilo X Consultor (a) de Moda



Muita gente ainda faz confusão entre os dois profissionais e não entende totalmente o que cada um faz.

Pensando nisso, achamos importante frisar que existe diferenças entre os dois tipos de consultoria:

Consultor (a) de Moda:

É o (a) profissional especializado em tendências. É quem está por dentro dos últimos lançamentos, cartelas de cores mais utilizadas nas estações e o que está em alta no momento. O consultor de moda é aquele que diz o que vale a pena ser comprado pela sua multimarca e que provavelmente terá grande procura pelo consumidor final.



Consultor (a) de Estilo:

É um profissional que foca no estilo e imagem do cliente, independente das tendências. Sua principal missão é mostrar como valorizar os pontos fortes e disfarçar os seus pontos fracos. É pensar no biotipo da cliente, na silhueta dela, nos gostos pessoais dela.

4. Consultoria de Estilo



O objetivo deste tópico é mostrar que cada vendedor pode (e deve) atuar como um consultor de estilo. O grande desafio da sua equipe comercial é entender quem é a

cliente, a mensagem que ela deseja transmitir através da roupa, quais as prioridades dela e assim, indicar as peças e acessórios certos para aquele momento.

NA PRÁTICA

"Sua cliente acabou de conseguir um emprego novo em uma imobiliária e procura alguma peça que a faça se sentir mais confiante profissionalmente. Ela será responsável por atender uma carteira de clientes em um bairro nobre da sua cidade e terá que fazer reuniões periódicas com a equipe regional."

O que oferecer como solução?

O cropped da moda que as blogueiras estão usando, o short jeans mais vendido da loja ou algo mais formal? Talvez seja a hora do seu vendedor sugerir uma camisa social ou acessórios mais elegantes, por exemplo.

Lembre-se! Cada cliente tem uma necessidade! Personalize ao máximo o atendimento na sua loja. Treine seus vendedores sempre! Além de saber as últimas tendências da moda, eles precisam ter empatia e conexão com cada tipo de cliente.

Se você, vendedor, perceber que a cliente provou uma roupa e não gostou pois achou que marcou muito a barriga, tente oferecer outras peças que valorizem um ponto forte. Pergunte quais as partes do corpo que ela gostaria de valorizar mais e quais as que ela gostaria de disfarçar, por exemplo! A cliente pode não gostar da barriga, mas amar as suas pernas.

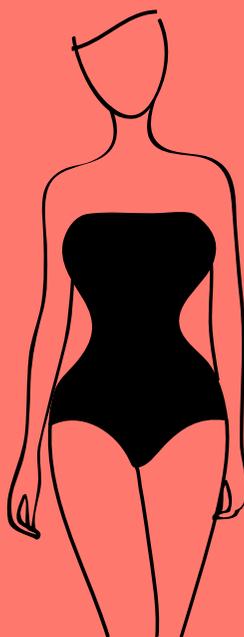


5. Para cada tipo de corpo, uma solução personalizada

Existem diversos tipos de biotipos e cada um deles traz consigo características muito peculiares. Listamos aqui os principais, para que possamos ilustrar cada caso:

1. Ampulheta:

Esse é o tipo de corpo que a maioria das mulheres adoraria ter: seios grandes, cintura fina e quadril mais largo. Para quem tem esse tipo de corpo não existem muitas restrições na hora de escolher uma roupa. Se quiser valorizar as curvas, marque a cintura e invista nos decotes. Se quiser um look que não chame tanto a atenção, é só usar peças mais soltinhas no quadril.



Juliana Paes



Anitta



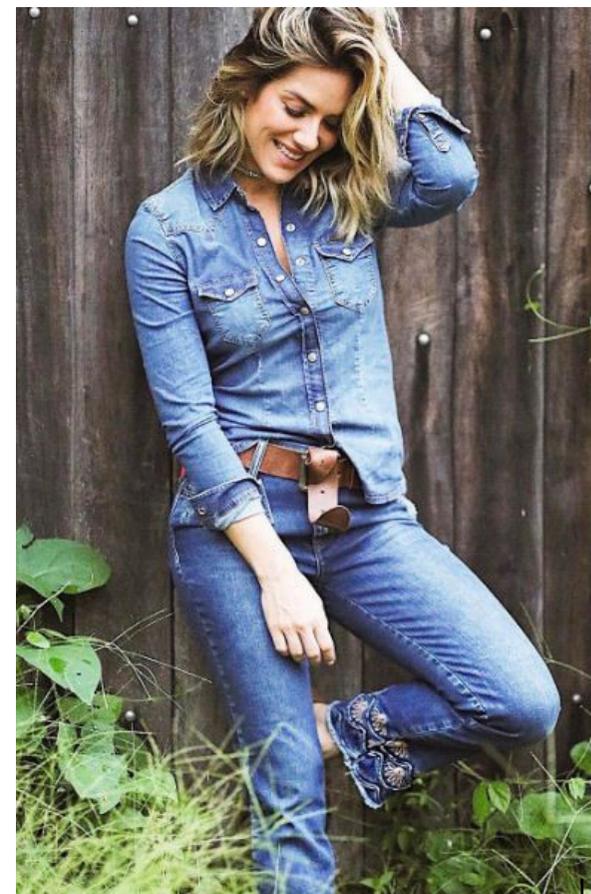
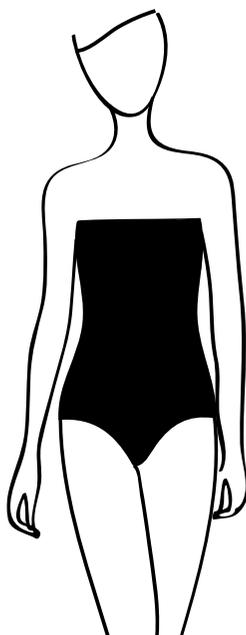
Sheron Menezes



Shakira

2. Retângulo:

Esse é o chamado corpo reto. Se a cliente deseja criar curvas para valorizar mais o corpo, sugira saias e vestidos rodados, um cinto marcando a cintura e calças jeans com bolsos mais volumosos, para aumentar o bumbum.



Giovanna Ewbank |



Claudia Raia |



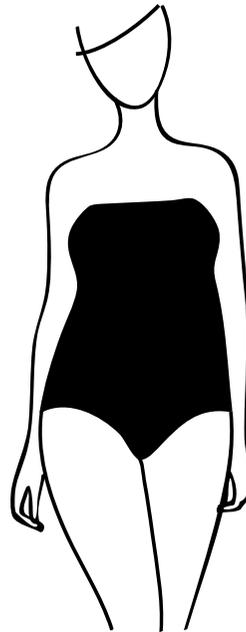
Gisele Bündchen |



Alessandra Ambrósio |

3. Oval:

Esse é tipo de corpo de quem tem bastante busto e uma cintura mais larga, às vezes até uma barriguinha maior. Converse com a cliente para entender se ela quer disfarçar essas partes e/ou se tem alguma outra parte que queira valorizar. A blusas em gola V, quimonos e blazers abertos alongam a silhueta, por exemplo.



Adele |



Queen Latifah



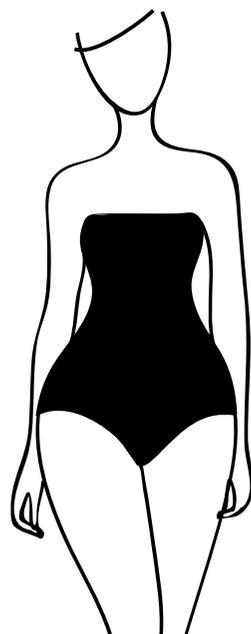
Preta Gil



Fabiana Karla

4. Pêra ou Triângulo:

Também conhecido como "corpo violão", é caracterizado pelo quadril largo e o busto e cintura na mesma altura. Se a cliente quiser valorizar as curvas, ofereça peças acinturadas. A calça flare cai super bem também para esse tipo de corpo!



Kim Kardashian



Camila Pitanga |



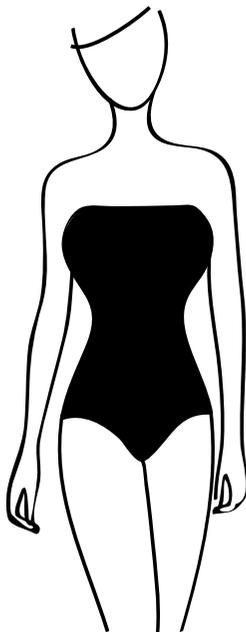
Paola Oliveira |



Beyoncé |

5. Triângulo Invertido:

Aqui os ombros e a parte superior, são maiores que o quadril. Se a cliente quiser destacar o quadril, ofereça calças com bolsos volumosos, estampadas e que chame a atenção para a parte de baixo.



Nota importante:

Entenda o que a cliente quer e qual o estilo dela. Não é pelo simples fato de ter um corpo do tipo "retângulo" que ela vai querer valorizar o quadril. Tenha bom senso, sempre!



Cleo Pires



Kate Middleton



Fernanda Lima

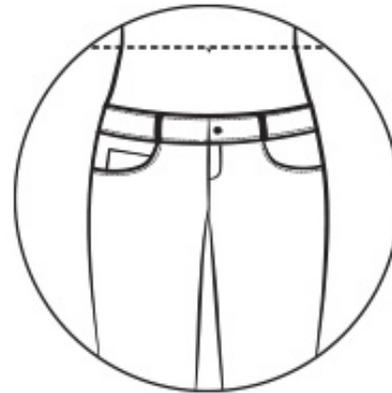


Angelina Jolie

6. O gancho das calças

Uma dúvida recorrente entre vendedores e clientes é em relação ao cós das calças (principalmente jeans). Pensando nisso vamos compartilhar, dentro deste e-book, um guia bem rápido sobre as alturas das calças e como cada uma delas pode ser usada.

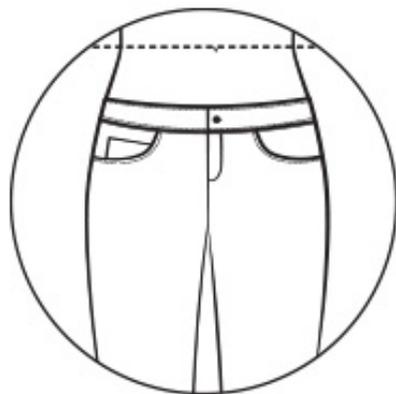
G1 Cintura Baixa



Valoriza quadril e bumbum pequenos. A peça é um curinga a se ter no guarda-roupa, e é aposta dos fashionistas como tendência que vai voltar com tudo!



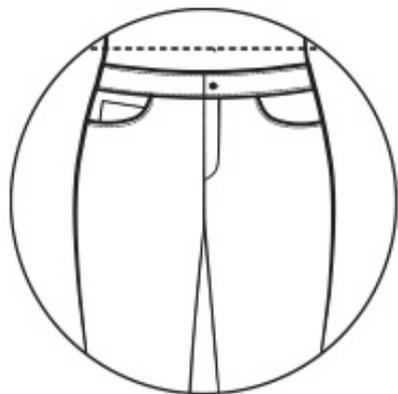
G2 Cintura Regular



Valoriza quadril e é versátil,
podendo compor todos
os tipos de looks.



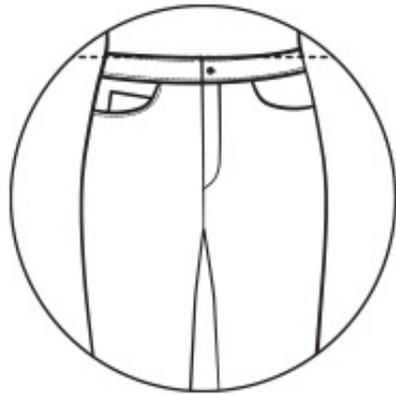
G3 Cintura Intermediária



Valoriza todos os tipos de corpo. Conhecido como a "cintura no lugar" e também pelo conforto proporcionado.



G4 Cintura Alta



Aliada das mulheres por proporcionar um look mais clássico e elegante. Favorece quase todas as silhuetas e modela a cintura.



G5 Cintura Super Alta



Alonga a silhueta e modela a cintura, trazendo elegância a produção. Ideal para ser usada com tops e blusas cropped.



7. Bom senso, sempre!

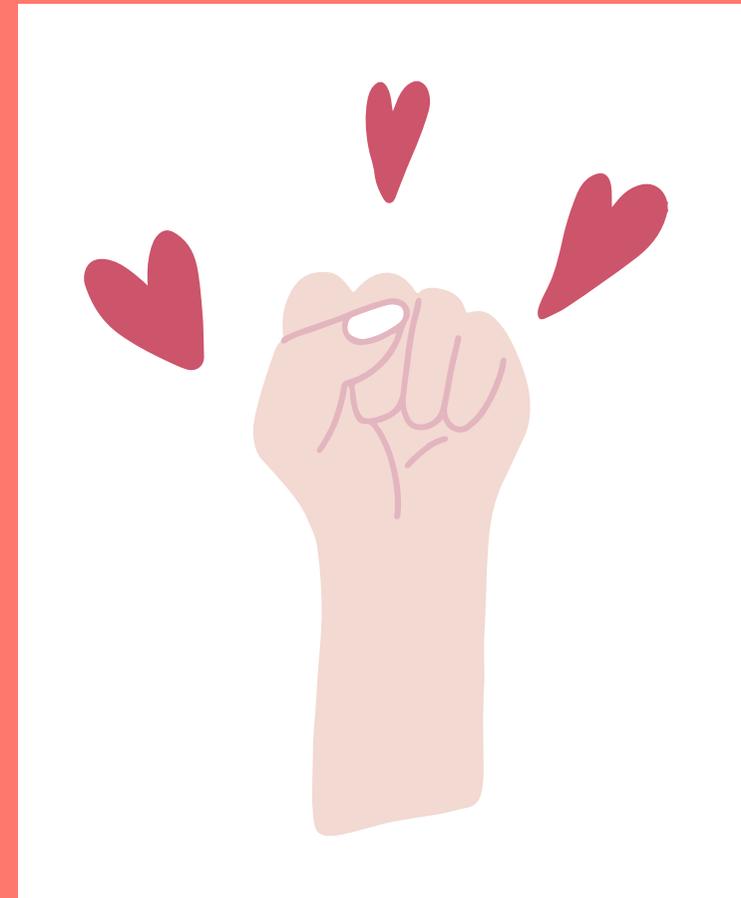
Depois de todas essas dicas, lembre-se de colocar o principal em prática: empodere uma mulher! Trabalhe a autoestima dela e mostre que ela é linda, independente de padrões.

Essas dicas ajudam no seu conhecimento técnico sim! Ter acesso a esse tipo de informação ajuda na hora de sugerir produtos e ajuda o cliente a tomar decisões dentro do ponto de venda, mas a

empatia e o bom senso devem vir em primeiro lugar!

Nunca julgue que uma mulher plus size queira esconder sua barriga ou que aquela mais sensual vai amar uma mini saia. Os looks devem ser adaptados às diversas ocasiões, ao cotidiano e humor em cada dia. Moda é uma forma de expressão e queremos que a sua cliente fale em alto e bom som!

Boa vendas!



PATOGĒ



patogeoficial



Patogê Jeans



patoge.com.br

