



AQUILA ACADEMY

Guia da Revendedora

Do primeiro cliente à construção de um negócio de joias mais organizado, próximo e consistente.

Antes de começar

Este guia foi criado para transformar conhecimento em rotina. Você não precisa aplicar tudo de uma vez. Escolha uma ideia, teste no seu dia a dia, observe a resposta das clientes e continue melhorando.

O compromisso deste material

- ensinar com linguagem simples e exemplos reais de atendimento;
- ajudar você a organizar vendas, clientes, estoque e rotina;
- fortalecer conhecimento sobre Prata 925 e cuidados;
- evitar promessas de renda, fórmulas mágicas e pressão comercial;
- mostrar que relacionamento de longo prazo vale mais do que uma venda isolada.

NOTA IMPORTANTE

As estratégias deste book são orientações educacionais. Resultados dependem de contexto, execução, público, preço, mix e muitos outros fatores. Condições comerciais, garantia, troca e políticas da Aquila devem sempre seguir os canais e documentos oficiais vigentes.

Leia menos. Aplique mais.

Cada capítulo foi pensado para caber na rotina: conceito curto, situação real, um Caso de Venda, erros comuns e uma ação prática.

APRENDA

entenda o princípio sem jargão

NA PRÁTICA

veja como usar no dia a dia

AQUILA NA PRÁTICA

acompanhe um caso de venda

EVITE

reconheça atalhos que atrapalham

FAÇA AGORA

execute uma tarefa de 3 a 10 minutos

DICA AQUILA

leve uma ideia simples para sua rotina

Regra de ouro

Não tente mudar tudo de uma vez. Uma melhoria aplicada vale mais que dez páginas marcadas para “depois”.

Da primeira venda à rotina profissional

A

Começar com clareza

CAPÍTULOS 1-4

B

Produto e apresentação

CAPÍTULOS 5-8

C

Vender e se relacionar

CAPÍTULOS 9-15

D

Fazer a cliente voltar

CAPÍTULOS 16-19

E

Organizar para crescer

CAPÍTULOS 20-25

F

Aquila Academy

CAPÍTULOS 26-30

Conteúdo

01	Bem-vinda ao seu negócio de joias	8
02	Começando do jeito certo	11
03	Quem é a sua cliente	14
04	Conheça o que você vende	17
05	Montando um mix que vende	20
06	Como apresentar uma joia	23
07	Fotografia de joias com celular	26
08	Guia de tamanhos e atendimento	29
09	Como abordar sem parecer insistente	32
10	WhatsApp que vende sem virar spam	35
11	Instagram que ajuda a vender	38
12	Técnicas simples para vender mais	41
13	Como aumentar o ticket médio	44
14	Como vender presentes	47
15	Como lidar com objeções	50

Conteúdo - continuação

16	Pós-venda profissional	53
17	Recompra e fidelização	56
18	Construindo uma carteira de clientes	59
19	Indicações e parcerias locais	62
20	Financeiro sem complicação	65
21	Estoque: dinheiro parado também é dinheiro	68
22	Promoção sem destruir margem	71
23	Calendário de vendas	74
24	Rotina de uma revendedora organizada	77
25	Plano de crescimento de 90 dias	80
26	Manual rápido da Prata 925	83
27	Cuidados e limpeza	86
28	Materiais e vídeos Aquila	89
29	Checklist final da revendedora	92
30	Próximos passos	95

MANIFESTO AQUILA ACADEMY

Vender joias é trabalhar com confiança.

Confiança no produto. Confiança na forma de atender. Confiança para dizer “não sei, vou confirmar”. Confiança para não pressionar. Confiança para cuidar da cliente depois da venda.

A proposta da Aquila Academy é simples: ajudar você a vender melhor porque atende melhor, se organiza melhor e entende melhor aquilo que entrega.

Bem-vinda ao seu negócio de joias

Revender pode começar pequeno, mas vale a pena tratar desde cedo como um negócio de verdade.



NESTE CAPÍTULO

- enxergar a revenda como atividade profissional
- definir uma primeira meta possível
- trocar improviso por rotina simples

Bem-vinda ao seu negócio de joias

PRINCÍPIO 1

Seu negócio começa na forma como você trata cada venda. Na prática, isso reduz improviso. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 2

Meta boa é a que orienta ações, não a que causa ansiedade. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 3

Consistência vale mais que empolgação de poucos dias. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 4

Organização transmite confiança para a cliente. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

Na prática

- Separe um horário curto por dia para atender e organizar
- Use um caderno ou planilha para registrar vendas
- Escolha uma ação comercial principal por semana

O QUE FUNCIONA

- Começar simples e medir
- Atender com atenção
- Aprender com cada cliente

EVITE

- Esperar ter tudo perfeito para começar
- Comprar muito antes de entender o público
- Misturar dinheiro pessoal e da revenda

RESUMO EM 1 MINUTO

- trate a revenda como negócio
- tenha uma meta prática
- comece pequeno e organizado
- crie constância

DICA AQUILA

Profissionalismo aparece nos detalhes: resposta, organização, cuidado com a peça e cumprimento do combinado.

A primeira venda que virou começo de negócio

A venda aconteceu quase por acaso, durante uma conversa comum. Depois que a colega demonstrou interesse por outra peça, Bianca percebeu que poderia transformar aquele momento em um atendimento organizado, sem precisar parecer insistente ou mostrar todo o estoque de uma vez.

- COLEGA** Você tem mais peças como esse brinco?
- BIANCA** Tenho algumas opções. Posso separar três no mesmo estilo para você ver amanhã.
- COLEGA** Pode sim.
- BIANCA** Ótimo. Vou anotar o que você gostou para não te mandar um monte de coisa sem sentido.
- COLEGA** Assim fica bem melhor.
- BIANCA** Foi quando percebi que vender bem começa em prestar atenção, não em mostrar tudo.
- COLEGA** E se eu não gostar de nenhuma das três?
- BIANCA** Tudo bem. A ideia é só entender melhor o seu estilo. Se não fizer sentido, eu procuro outra linha ou deixamos para uma próxima.
- COLEGA** Gostei. Assim eu não sinto que preciso escolher só porque você trouxe.
- BIANCA** Exatamente. Quero que você goste da peça e também do jeito como foi atendida.

DEPOIS DA CONVERSA

Naquela noite, Bianca abriu um caderno e anotou a venda, o estilo que a colega havia gostado e o combinado para o dia seguinte. Foi um gesto pequeno, mas foi a primeira vez que ela tratou uma venda como parte de um processo.

E VOCÊ?

Qual pequena atitude faria sua próxima venda parecer mais profissional, sem deixar o atendimento pesado?

LIÇÃO DA CENA

Transformar uma venda casual em processo.

FAÇA AGORA Escreva sua meta dos próximos 30 dias e três ações que dependem apenas de você.

Começando do jeito certo

Antes de aumentar o estoque, aumente sua clareza sobre cliente, dinheiro e rotina.



NESTE CAPÍTULO

- organizar os primeiros passos
- evitar compras por impulso
- definir tempo e capital disponíveis

Começando do jeito certo

PRINCÍPIO 1

Comece pelo que você já sabe sobre suas clientes. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 2

Capital inicial precisa ter limite definido. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 3

Estoque inicial deve ser teste, não aposta. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 4

Uma rotina curta evita que a revenda fique para depois. Na prática, isso reduz improviso. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

Na prática

- Liste 10 pessoas que poderiam comprar de você
- Defina um valor máximo para estoque inicial
- Escolha dois dias da semana para revisar pedidos e estoque

O QUE FUNCIONA

- Testar antes de ampliar
- Registrar o que vende
- Reinvestir com critério

EVITE

- Comprar só porque você gostou da peça
- Usar todo o dinheiro disponível em estoque
- Não calcular despesas pequenas

RESUMO EM 1 MINUTO

- limite o investimento
- teste o mix
- registre resultados
- reponha com base em venda

DICA ÁGUIA

No começo, informação sobre o que gira vale mais do que uma grande variedade parada.

A revendedora que comprou antes de conhecer o público

Bianca estava animada com uma coleção nova e quase usou boa parte do dinheiro disponível para comprar muitas unidades. Marina percebeu a empolgação e resolveu fazer perguntas antes que a compra virasse um estoque difícil de girar.

- BIANCA** Essas peças estão lindas. Acho que vou levar várias.
- MARINA** Quantas clientes suas já pediram esse estilo?
- BIANCA** Na verdade, nenhuma ainda.
- MARINA** Então testa poucas. Se girar, você repõe.
- BIANCA** Faz sentido. Eu estava comprando pelo meu gosto.
- MARINA** Seu gosto ajuda, mas o estoque precisa responder ao gosto de quem compra.
- BIANCA** Então você acha que eu deveria comprar só o que já vendeu?
- MARINA** Não. Você pode testar novidade, mas em quantidade pequena. O problema é transformar uma aposta em grande parte do seu caixa.
- BIANCA** Vou escolher alguns modelos e observar a reação das clientes.
- MARINA** E anota o que elas perguntarem. Às vezes o comentário de quem não comprou também ajuda a próxima compra.

DEPOIS DA CONVERSA

Bianca reduziu o pedido e criou uma pequena lista de teste. Duas semanas depois, percebeu que um dos modelos que ela mais gostava quase não recebeu atenção, enquanto uma peça que ela considerava básica vendeu rapidamente.

E VOCÊ?

Hoje, quanto do seu estoque foi comprado por histórico de venda e quanto foi comprado apenas porque você gostou?

LIÇÃO DA CENA

Evitar estoque baseado apenas no gosto pessoal.

FAÇA AGORA Monte uma lista com seu orçamento, seu tempo semanal e os três tipos de peça que quer testar primeiro.

Quem é a sua cliente

Quando você entende para quem vende, fica mais fácil escolher produto, linguagem e canal.



NESTE CAPÍTULO

- identificar perfis de cliente
- entender ocasião e orçamento
- personalizar sem invadir

Quem é a sua cliente

PRINCÍPIO 1

Observe comportamento, não apenas idade. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 2

Ocasião de compra muda a escolha da peça. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 3

Faixa de valor ajuda a filtrar opções. Na prática, isso reduz imprevisto. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 4

Preferências anotadas melhoram o próximo atendimento. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

Na prática

- Crie três perfis com estilo, ocasião e faixa de compra
- Pergunte para que a cliente quer a peça
- Registre tamanhos e preferências com autorização

O QUE FUNCIONA

- Perguntar antes de oferecer
- Lembrar do histórico
- Adaptar a seleção

EVITE

- Pressupor que toda cliente gosta do mesmo
- Mandar dezenas de fotos sem contexto
- Falar só de preço

RESUMO EM 1 MINUTO

- cliente não é um perfil único
- ocasião importa
- orçamento orienta
- histórico ajuda

DICA AQUILA Conhecer a cliente não é adivinhar; é ouvir, observar e registrar.

Duas clientes, duas necessidades

Duas clientes chegaram quase ao mesmo tempo, mas com necessidades totalmente diferentes. Em vez de abrir o mesmo mostruário para as duas, Marina começou pela ocasião e pelo estilo de cada uma.

- LUIZA** Preciso de um presente para minha irmã e estou sem ideia.
- MARINA** Ela usa peças mais delicadas ou marcantes?
- LUIZA** Delicadas.
- CARLA** Eu quero algo para usar todo dia, sem muita preocupação.
- MARINA** Para você vou separar opções mais versáteis. Para a Luiza, vou pensar na pessoa e na ocasião.
- LUIZA** Achei ótimo você não mandar as mesmas opções para nós duas.
- CARLA** Eu não quero nada que fique preso na roupa ou que eu tenha que tirar toda hora.
- MARINA** Perfeito. Então para você vou priorizar peças simples de combinar e confortáveis no uso diário.
- LUIZA** E no meu caso eu nem sei exatamente o que minha irmã usa.
- MARINA** A gente pode partir de uma escolha segura: algo delicado, fácil de combinar e dentro do valor que você imaginou para o presente.

DEPOIS DA CONVERSA

As duas saíram com seleções diferentes e com a sensação de que Marina havia entendido o que realmente precisavam. O produto era importante, mas a diferença começou nas perguntas.

E VOCÊ?

Que três perguntas você pode fazer antes de começar a mostrar peças para uma cliente?

LIÇÃO DA CENA

Mostrar segmentação prática.

FAÇA AGORA Descreva três clientes reais: o que gostam, quando compram e quanto costumam investir.

Conheça o que você vende

Segurança sobre o produto transforma explicações difíceis em respostas simples e confiáveis.



NESTE CAPÍTULO

- explicar Prata 925 em linguagem simples
- responder dúvidas sobre escurecimento
- orientar cuidado sem prometer demais

Conheça o que você vende

PRINCÍPIO 1

Prata 925 é uma liga com predominância de prata. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 2

Escurecimento pode acontecer naturalmente com uso e ambiente. Na prática, isso reduz imprevisto. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 3

Limpeza correta recupera o brilho em muitas situações. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 4

Conhecimento técnico deve ser traduzido para linguagem de cliente. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

Na prática

- Treine uma explicação de 30 segundos sobre Prata 925
- Tenha um guia de cuidados disponível
- Quando não souber, confirme antes de responder

O QUE FUNCIONA

- Explicar sem assustar
- Diferenciar cuidado de defeito
- Buscar informação oficial

EVITE

- Falar em química complicada sem necessidade
- Prometer que prata nunca escurece
- Inventar política de garantia

RESUMO EM 1 MINUTO

- fale simples
- não prometa o impossível
- ensine cuidados
- use material oficial

DICA ÁQUILA

Uma boa explicação reduz insegurança e evita que a cliente interprete um comportamento natural da prata como falta de qualidade.

A cliente que tinha medo da prata escurecer

Renata já tinha tido uma experiência ruim com uma peça antiga e chegou à conversa desconfiada. Bianca percebeu que responder apenas “é normal” não seria suficiente; primeiro precisava reconhecer a preocupação e explicar sem transformar a conversa em aula de química.

- RENATA** Tenho medo de comprar prata porque uma minha já escureceu.
- BIANCA** Entendo. A Prata 925 pode escurecer naturalmente com uso e contato com algumas substâncias.
- RENATA** Então estraga?
- BIANCA** Não necessariamente. Isso não significa que deixou de ser prata. Com cuidado e limpeza corretos, o brilho pode ser recuperado.
- RENATA** Ah, eu não sabia disso.
- BIANCA** Se quiser, te mando um vídeo curto da Aquila mostrando os cuidados.
- RENATA** Eu achei que quando escureceu era porque a peça não era boa.
- BIANCA** Muita gente pensa isso. Por isso vale entender como a prata reage ao uso e como cuidar dela.
- RENATA** Tem alguma coisa que eu deva evitar?
- BIANCA** Sim. Posso te enviar o guia oficial de cuidados e um vídeo curto. Assim você fica com a orientação salva, não precisa decorar tudo agora.

DEPOIS DA CONVERSA

Renata não só ficou mais tranquila como pediu o material para guardar. Bianca percebeu que informação clara também faz parte do pós-venda e da construção de confiança.

E VOCÊ?

Quando uma cliente traz uma preocupação técnica, sua resposta hoje transmite segurança ou parece uma defesa do produto?

LIÇÃO DA CENA

Ensinar Prata 925 sem defensividade.

FAÇA AGORA Grave um áudio de 30 segundos explicando o que é Prata 925 e escute se ficou claro.

Montando um mix que vende

Um bom mix não é ter de tudo. É ter escolhas suficientes para atender situações diferentes sem prender dinheiro demais.



NESTE CAPÍTULO

- equilibrar clássicos e novidades
- usar produtos de entrada e complementos
- analisar giro antes de repor

Montando um mix que vende

PRINCÍPIO 1

Tenha peças fáceis de combinar. Na prática, isso reduz improviso. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 2

Inclua algumas novidades sem deixar o básico de lado. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 3

Use complementos para aumentar possibilidades de venda. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 4

Reposição deve seguir giro e demanda. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

Na prática

- Separe seu estoque em clássico, tendência, presente e complemento
- Marque quais peças venderam nos últimos 30 dias
- Escolha uma categoria para testar em pequena quantidade

O QUE FUNCIONA

- Mix enxuto e coerente
- Reposição orientada por giro
- Variedade com função

EVITE

- Ter vinte opções quase iguais
- Repor item parado só porque está bonito
- Imobilizar dinheiro em tendência incerta

RESUMO EM 1 MINUTO

- mix tem função
- novidades testam demanda
- clássicos dão base
- giro orienta compra

DICA AQUILA

Cada peça deve ter um papel no seu mix: atrair, vender, complementar ou representar novidade.

O estoque bonito que não girava

Marina tinha a sensação de possuir bastante variedade, mas o caixa não refletia a quantidade de peças no estojo. Ao separar as vendas recentes, descobriu que poucos modelos respondiam pela maior parte do giro.

- MARINA** Tenho muita coisa, mas parece que sempre vendo as mesmas.
- CLARA** Isso é um dado importante. Quais são as campeãs?
- MARINA** Argolas, correntes delicadas e duas pulseiras.
- CLARA** Então use essas vendas para decidir reposição. O que não gira precisa ser revisto, não escondido no fundo da gaveta.
- MARINA** Vou parar de confundir quantidade com variedade útil.
- MARINA** E o que eu faço com as peças que quase não saem?
- CLARA** Primeiro descobre por quê. Algumas estão mal apresentadas, outras podem funcionar em conjunto e algumas realmente precisam deixar de ser repostas.
- MARINA** Então “parado” não significa automaticamente “dar desconto”.
- CLARA** Isso. Antes de mexer no preço, mexa na apresentação, no contexto e na decisão de compra futura.

DEPOIS DA CONVERSA

Marina criou três grupos simples: campeãs, regulares e paradas. A partir daí, a reposição deixou de ser uma decisão baseada apenas na memória.

E VOCÊ?

Se você tivesse que apontar agora suas cinco peças campeãs, conseguiria fazer isso com dados ou apenas por sensação?

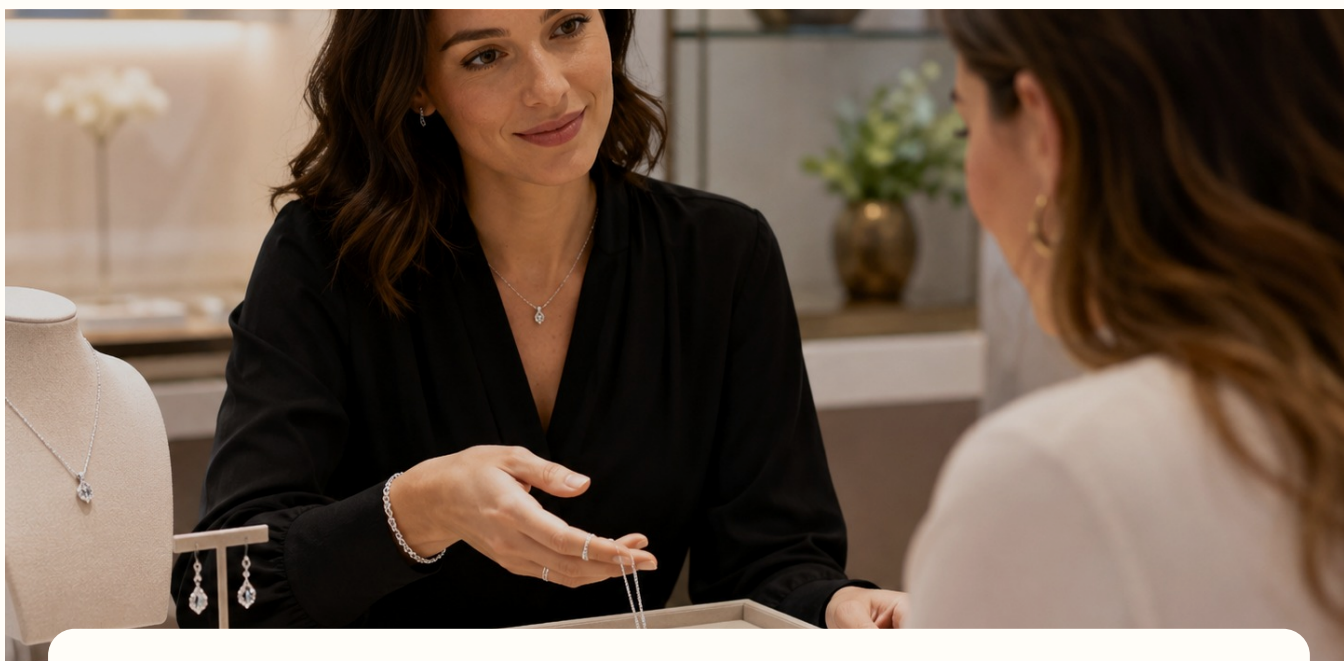
LIÇÃO DA CENA

Ensinar mix e giro.

FAÇA AGORA Classifique seu estoque atual em quatro grupos: clássico, novidade, presente e complemento.

Como apresentar uma joia

Curadoria ajuda a cliente a decidir. Excesso de opções pode fazer o contrário.



NESTE CAPÍTULO

- selecionar antes de mostrar
- usar combinações
- apresentar benefício e contexto

Como apresentar uma joia

PRINCÍPIO 1

Comece com poucas opções alinhadas ao pedido. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 2

Mostre a peça limpa e bem posicionada. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 3

Use combinações para ajudar a imaginar o uso. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 4

Explique diferenças que realmente importam. Na prática, isso reduz improviso. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

Na prática

- Separe três opções para um perfil de cliente
- Monte uma combinação de duas peças
- Revise seu mostruário e retire itens mal apresentados

O QUE FUNCIONA

- Menos opções com mais contexto
- Peça limpa e organizada
- Combinações coerentes

EVITE

- Despejar o catálogo inteiro
- Manusear peça suja
- Falar de características sem conectar ao uso

RESUMO EM 1 MINUTO

- curadoria facilita decisão
- contexto vende
- apresentação conta
- combinação ajuda

DICA ÁQUILA

A cliente não precisa ver tudo. Ela precisa ver opções que façam sentido.

Quando mostrar menos vendeu mais

Carla pediu um colar para usar no trabalho. Bianca abriu o estojo e quase começou a tirar peça por peça, até perceber que quanto mais mostrava, mais a cliente ficava indecisa.

- CARLA** Nossa, tem muita opção. Nem sei por onde começar.
- BIANCA** Você tem razão. Vou fechar e separar só três delicados que combinam com o que você pediu.
- CARLA** Assim eu consigo comparar.
- BIANCA** Esse é mais clássico, esse tem um detalhe de brilho e esse é o mais leve.
- CARLA** Gostei muito mais desse jeito.
- BIANCA** Mostrar menos me ajudou a atender melhor.
- CARLA** Essas três eu consigo comparar. Quando tinha muita coisa eu já não lembrava qual gostei primeiro.
- BIANCA** Então vamos ficar só com elas por enquanto. Se nenhuma funcionar, aí eu abro uma segunda seleção.
- CARLA** A do meio parece mais a minha cara.
- BIANCA** Ótimo. Vou te mostrar ela no corpo e ao lado de uma corrente mais curta para você visualizar melhor.

DEPOIS DA CONVERSA

Carla escolheu sem pressa e sem precisar olhar o estoque inteiro. Bianca entendeu que curadoria não limita a venda; muitas vezes ela facilita a decisão.

E VOCÊ?

Você costuma mostrar opções suficientes para ajudar ou tantas opções que a cliente precisa fazer o trabalho de filtrar sozinha?

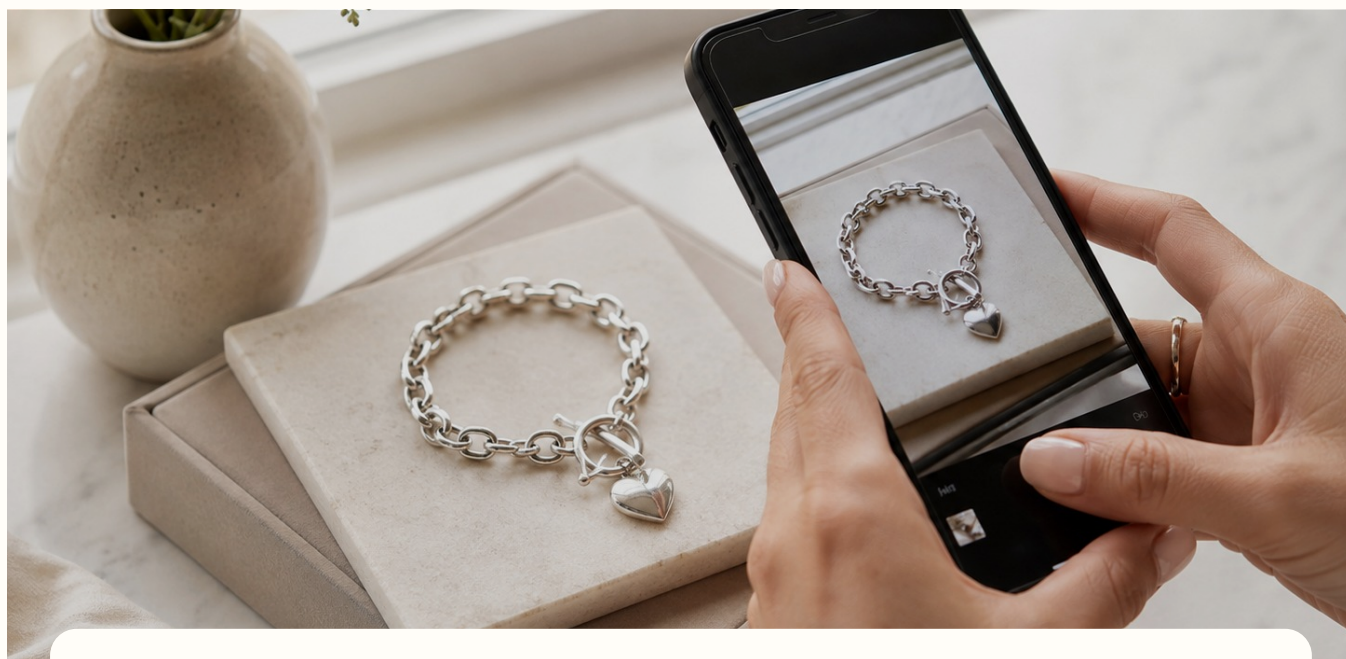
LIÇÃO DA CENA

Reduzir excesso de opções.

FAÇA AGORA Escolha uma cliente e monte uma seleção de apenas três peças para ela.

Fotografia de joias com celular

Boa foto não precisa de equipamento caro; precisa de luz, limpeza e intenção.



NESTE CAPÍTULO

- usar luz natural
- criar fundo limpo
- mostrar escala e detalhe

Fotografia de joias com celular

PRINCÍPIO 1

Limpe a lente e a própria joia antes da foto. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 2

Fotografe perto de uma janela sempre que possível. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 3

Faça uma foto de detalhe e outra no corpo. Na prática, isso reduz imprevisto. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 4

Mantenha o fundo simples para a peça aparecer. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

Na prática

- Fotografe uma peça em fundo neutro
- Repita a foto no corpo
- Grave um vídeo de 5 segundos com movimento lento

O QUE FUNCIONA

- Luz suave
- Fundo simples
- Variação de enquadramento

EVITE

- Flash direto estourando o metal
- Filtro que muda a cor da peça
- Foto tremida ou escura

RESUMO EM 1 MINUTO

- limpe lente e joia
- use luz natural
- mostre detalhe e corpo
- evite filtros fortes

DICA AQUILA

A foto deve ajudar a cliente a entender a peça, não competir com ela.

A mesma peça em duas fotos

Bianca publicou uma foto rápida de uma pulseira e quase não recebeu respostas. Marina sugeriu refazer a imagem com luz natural, fundo simples e um enquadramento que mostrasse melhor o acabamento.

- BIANCA** A primeira foto parece sem vida.
- MARINA** Olha a segunda: dá para ver textura, brilho e tamanho.
- BIANCA** Não mudei de celular, só mudei a luz.
- MARINA** Exato. Fotografia de venda começa em iluminação e cuidado.
- BIANCA** Vou criar um cantinho fixo perto da janela.
- BIANCA** Eu achava que precisava de uma câmera melhor.
- MARINA** Seu celular já resolve muita coisa. Primeiro melhora luz, limpeza e enquadramento.
- BIANCA** Na segunda foto a peça parece até mais fácil de entender.
- MARINA** É isso. Foto bonita ajuda, mas foto clara vende porque a cliente consegue enxergar o produto.

DEPOIS DA CONVERSA

A nova publicação recebeu perguntas sobre medida, fechamento e disponibilidade. O produto era o mesmo; o que mudou foi a qualidade da informação visual.

E VOCÊ?

Sua última foto ajudava a cliente a entender a peça ou apenas provava que a peça existia?

LIÇÃO DA CENA

Mostrar impacto da apresentação visual.

FAÇA AGORA Refaça a foto de uma peça que você já postou usando luz de janela e fundo neutro.

Guia de tamanhos e atendimento

Resolver medida com calma evita insegurança, trocas e desistência.



NESTE CAPÍTULO

- orientar tamanho de anel
- ajudar na medida de pulseira
- explicar comprimentos de corrente

Guia de tamanhos e atendimento

PRINCÍPIO 1

Use uma referência de medida validada. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 2

Peça uma medida que a cliente consiga fazer com segurança. Na prática, isso reduz imprevisto. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 3

Evite adivinhar tamanho. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 4

Confirme se a medida se refere ao dedo ou peça correta. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

Na prática

- Tenha um guia de aro salvo no celular
- Anote medidas autorizadas na ficha da cliente
- Use os vídeos Aquila para pulseiras

O QUE FUNCIONA

- Orientar passo a passo
- Confirmar a medida
- Registrar para próxima compra

EVITE

- Chutar aro
- Prometer ajuste sem regra oficial
- Usar método de internet não validado

RESUMO EM 1 MINUTO

- não adivinhe
- use referência
- confirme o dedo ou pulso
- registre medidas

DICA AQUILA

Uma dúvida de tamanho é uma oportunidade de atendimento, não um obstáculo.

A cliente que não sabia o aro

Carla gostou de um anel, mas a dúvida sobre o tamanho quase interrompeu a compra. Bianca evitou chutar um número e transformou a insegurança em uma pequena orientação.

- CARLA** Eu nunca sei meu número. Melhor deixar.
- BIANCA** Você tem um anel que usa nesse mesmo dedo?
- CARLA** Tenho.
- BIANCA** Ótimo. Podemos medir o diâmetro interno dele com o guia correto.
- CARLA** Se for assim, consigo fazer agora.
- BIANCA** Prefiro confirmar do que arriscar uma medida.
- CARLA** Eu tenho medo de medir errado e depois não servir.
- BIANCA** Faz sentido. Mede com calma e me manda a medida. Se ficar entre duas referências, a gente confirma antes de fechar.
- CARLA** Posso fazer isso à noite quando chegar em casa.
- BIANCA** Claro. Eu deixo o modelo anotado e você me chama quando tiver a medida. Melhor decidir com segurança do que correr.

DEPOIS DA CONVERSA

A venda ficou para mais tarde, mas não foi perdida. A cliente voltou com a medida e terminou a compra com mais confiança.

E VOCÊ?

Você trata uma dúvida de tamanho como obstáculo ou como oportunidade de orientar melhor?

LIÇÃO DA CENA

Resolver dúvida sem perder venda.

FAÇA AGORA Salve os guias de medida da Aquila em uma pasta de acesso rápido no celular.

Como abordar sem parecer insistente

Venda boa começa com conversa e escuta, não com pressão.



NESTE CAPÍTULO

- abrir conversa de forma natural
- fazer perguntas úteis
- respeitar sinais da cliente

Como abordar sem parecer insistente

PRINCÍPIO 1

Use perguntas simples sobre ocasião, estilo e faixa de valor. Na prática, isso reduz improviso. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 2

Escute antes de responder. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 3

Convide para continuar, não cobre decisão. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 4

Respeite um não claro. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

Na prática

- Treine três perguntas abertas
- Troque “vai querer?” por uma pergunta de ajuda
- Observe quais perguntas geram conversa

O QUE FUNCIONA

- Escuta
- Curiosidade genuína
- Respeito

EVITE

- Pressionar resposta
- Mandar mensagem repetida
- Usar culpa ou urgência falsa

RESUMO EM 1 MINUTO

- pergunte
- adapte
- escute
- respeite

DICA ÁQUILA A melhor abordagem é aquela em que a cliente sente que está sendo atendida, não perseguida.

Só estou olhando

Renata entrou dizendo que estava apenas olhando. Marina sabia que uma abordagem muito rápida poderia fazer a cliente se fechar, então escolheu deixar espaço e apenas oferecer uma referência útil.

- RENATA** Só estou olhando por enquanto.
- MARINA** Claro, fica à vontade. Você gosta mais de peças delicadas ou marcantes?
- RENATA** Delicadas.
- MARINA** Quando quiser, posso te separar três novidades nesse estilo. Sem compromisso.
- RENATA** Pode mandar depois.
- MARINA** A conversa continuou porque eu não tentei arrancar uma decisão naquele momento.
- RENATA** Eu gosto de olhar primeiro sem decidir nada.
- MARINA** Fique à vontade. Se você quiser, posso só te indicar onde estão as peças mais delicadas e depois deixo você olhar com calma.
- RENATA** Pode ser. Eu prefiro assim.
- MARINA** Perfeito. Se alguma chamar atenção, me mostra e eu te conto as opções parecidas.

DEPOIS DA CONVERSA

Alguns minutos depois, Renata chamou Marina por conta própria para perguntar sobre uma pulseira. A venda começou quando a cliente sentiu que podia explorar sem pressão.

E VOCÊ?

Como você reage quando uma cliente diz “só estou olhando”?

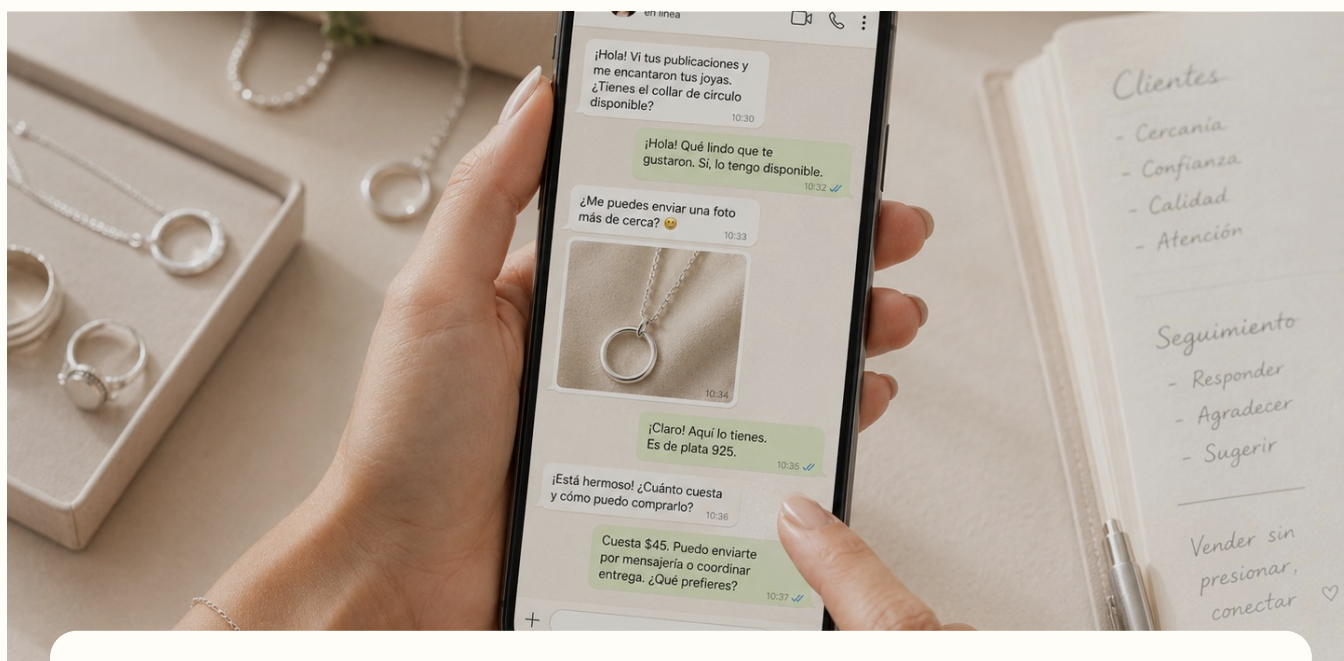
LIÇÃO DA CENA

Respeitar espaço e ainda criar conversa.

FAÇA AGORA Escreva três perguntas que ajudam a entender a cliente antes de mostrar produto.

WhatsApp que vende sem virar spam

WhatsApp funciona melhor quando parece atendimento pessoal, não disparo automático.



NESTE CAPÍTULO

- organizar WhatsApp Business
- usar Status e etiquetas
- fazer follow-up com contexto

WhatsApp que vende sem virar spam

PRINCÍPIO 1

Tenha foto, descrição e horário claros. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 2

Use etiquetas para organizar etapas e interesses. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 3

Status mantém presença sem invadir conversa. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 4

Follow-up deve trazer ajuda, novidade ou contexto. Na prática, isso reduz improviso. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

Na prática

- Crie etiquetas Cliente nova, Aguardando e Pós-venda
- Publique um Status útil hoje
- Revise conversas pendentes com contexto

O QUE FUNCIONA

- Contexto
- Organização
- Permissão

EVITE

- Adicionar em grupo sem pedir
- Mandar “??”
- Cobrar resposta

RESUMO EM 1 MINUTO

- perfil organizado
- Status útil
- follow-up contextual
- sem spam

DICA AQUILA

Antes de enviar, pergunte: esta mensagem é útil para essa pessoa agora?

A cliente visualizou e sumiu

Fernanda pediu fotos de duas peças pelo WhatsApp, visualizou a resposta e não falou mais nada. Bianca ficou tentada a mandar uma mensagem curta cobrando decisão, mas resolveu pensar no que poderia ser útil para retomar a conversa.

BIANCA Oi, Fernanda! Ficou alguma dúvida sobre a pulseira que te enviei?

FERNANDA Eu gostei, mas fiquei na dúvida do tamanho.

BIANCA Perfeito, era isso que eu queria entender. Posso te mandar um vídeo rápido de medida.

FERNANDA Pode sim.

BIANCA Se eu tivesse escrito só “vai querer?”, talvez ela nem respondesse.

BIANCA Eu pensei em mandar só “e aí, gostou?”.

FERNANDA Quando recebo isso, às vezes nem sei o que responder.

BIANCA Então vou retomar com algo concreto: medida, comparação ou outra opção.

FERNANDA Isso ajuda. Às vezes eu sumo porque fiquei em dúvida, não porque perdi o interesse.

DEPOIS DA CONVERSA

No dia seguinte, Bianca enviou uma comparação simples entre os dois modelos e perguntou qual estilo fazia mais sentido. Fernanda respondeu e a conversa voltou naturalmente.

E VOCÊ?

Seu follow-up acrescenta alguma ajuda ou apenas lembra a cliente de que ela ainda não comprou?

LIÇÃO DA CENA

Follow-up sem pressão.

FAÇA AGORA Organize seu WhatsApp com três etiquetas e uma mensagem de apresentação curta.

Instagram que ajuda a vender

Seu perfil precisa mostrar produto, confiança e vida real - não apenas uma sequência de preços.



NESTE CAPÍTULO

- organizar perfil e bio
- equilibrar conteúdo e oferta
- usar Stories para proximidade

Instagram que ajuda a vender

PRINCÍPIO 1

Bio deve dizer o que você vende e como comprar. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 2

Mostre produto em uso e não apenas isolado. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 3

Stories ajudam a mostrar bastidor e novidade. Na prática, isso reduz improvável. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 4

Prova social reduz insegurança. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

Na prática

- Revise sua bio
- Crie um Destaque de cuidados
- Planeje 5 Stories com produto, bastidor e dica

O QUE FUNCIONA

- Clareza de perfil
- Conteúdo variado
- CTA simples

EVITE

- Postar só preço
- Usar imagens escuras
- Sumir por semanas e voltar só para oferta

RESUMO EM 1 MINUTO

- perfil claro
- produto em contexto
- Stories constroem presença
- oferta é parte, não tudo

DICA ÁQUILA

Conteúdo bom não precisa viralizar; precisa ajudar sua cliente a lembrar de você na hora certa.

Quando parar de postar só preço mudou a conversa

Bianca percebeu que seu Instagram parecia uma sequência de etiquetas: foto, preço, foto, preço. Ela publicava bastante, mas quase ninguém iniciava conversa a partir dos posts.

- BIANCA** Minhas fotos têm visualização, mas quase ninguém chama.
- MARINA** O que você publica além do preço?
- BIANCA** Quase nada.
- MARINA** Mostra uma combinação, um cuidado, um bastidor e depois a oferta.
- BIANCA** Quando comecei a explicar como usar as peças, as perguntas aumentaram.
- BIANCA** O que eu posso mostrar além de produto?
- MARINA** Mostra como combinar, bastidor, cuidado, dúvida comum, uma peça no corpo. Ajuda a cliente a imaginar uso.
- BIANCA** Então não preciso transformar todo Story em oferta.
- MARINA** Não. Quando você cria contexto, a oferta aparece no meio de uma relação que já tem interesse.

DEPOIS DA CONVERSA

Na semana seguinte, Bianca alternou produto, dica e bastidor. Uma cliente respondeu a um Story de combinação perguntando onde poderia comprar o colar usado na foto.

E VOCÊ?

Se alguém olhar seus últimos dez conteúdos, vai entender apenas o que você vende ou também como você ajuda?

LIÇÃO DA CENA

Conteúdo de contexto e relacionamento.

FAÇA AGORA Planeje sete conteúdos alternando produto, dica, bastidor e prova social.

Técnicas simples para vender mais

Vender mais não significa empurrar mais. Significa ajudar a cliente a enxergar opções complementares.



NESTE CAPÍTULO

- usar venda complementar
- fazer upgrade com sentido
- montar conjuntos

Técnicas simples para vender mais

PRINCÍPIO 1

Cross-sell sugere algo que combina. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 2

Upsell só faz sentido quando entrega valor percebido. Na prática, isso reduz improvisto. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 3

Conjuntos facilitam visualização. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 4

Perguntas evitam recomendações aleatórias. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

Na prática

- Escolha cinco peças e pense em um complemento para cada
- Monte dois conjuntos
- Treine uma frase de sugestão sem pressão

O QUE FUNCIONA

- Relevância
- Combinação
- Escolha

EVITE

- Oferecer complemento sem relação
- Insistir depois de recusa
- Usar “aproveita” em toda conversa

RESUMO EM 1 MINUTO

- combine com sentido
- dê liberdade
- mostre valor
- observe aceitação

DICA ÁQUILA

A melhor venda complementar parece uma boa ideia, não uma obrigação.

Um colar virou conjunto

Ana já tinha escolhido um colar e a venda estava praticamente encerrada. Marina viu um brinco que realmente combinava, mas fez a sugestão sem transformar o complemento em obrigação.

- | | |
|---------------|---|
| ANA | Vou ficar com esse colar. |
| MARINA | Ótima escolha. Posso te mostrar um brinco que combina com ele? Se não fizer sentido, seguimos só com o colar. |
| ANA | Mostra. |
| MARINA | É esse aqui, bem delicado. |
| ANA | Nossa, junto ficou muito bonito. Vou levar os dois. |
| MARINA | A sugestão funcionou porque tinha contexto. |
| ANA | Se eu não levar o brinco agora, o colar ainda funciona sozinho, né? |
| MARINA | Com certeza. O brinco é só uma possibilidade de composição. O colar já resolve muito bem sozinho. |
| ANA | Gostei porque você não tentou me convencer de que eu precisava dos dois. |
| MARINA | Complemento bom é o que melhora a escolha, não o que faz a cliente se sentir pressionada. |

DEPOIS DA CONVERSA

Ana acabou levando o conjunto porque visualizou valor na combinação, não porque recebeu uma oferta genérica de “mais alguma coisa?”.

E VOCÊ?

Qual complemento você costuma sugerir porque realmente combina com a compra principal?

LIÇÃO DA CENA

Venda complementar natural.

FAÇA AGORA Para três produtos campeões, anote um complemento natural.

Como aumentar o ticket médio

Ticket médio cresce quando a cliente percebe mais valor na compra, não quando você apenas soma itens.



NESTE CAPÍTULO

- entender ticket médio
- criar combinações
- usar faixas de opção

Como aumentar o ticket médio

PRINCÍPIO 1

Calcule ticket médio para acompanhar evolução. Na prática, isso reduz improviso. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 2

Apresente versão básica, intermediária e completa quando fizer sentido. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 3

Kits podem facilitar decisão. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 4

Composição aumenta valor percebido. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

Na prática

- Calcule seu ticket dos últimos 10 pedidos
- Crie três combinações
- Acompanhe se o ticket sobe sem aumentar reclamações

O QUE FUNCIONA

- Valor percebido
- Escolha por faixa
- Composição

EVITE

- Forçar item adicional
- Confundir ticket com lucro
- Dar desconto para aumentar quantidade

RESUMO EM 1 MINUTO

- meça ticket
- combine peças
- crie opções
- proteja margem

DICA AQUILA

Ticket médio é um indicador, não uma meta isolada. Atendimento e margem continuam importantes.

A segunda peça fez sentido

Marina queria aumentar o ticket médio, mas percebeu que simplesmente oferecer uma segunda peça em toda venda deixava o atendimento mecânico. Ela passou a observar primeiro o que completava a escolha da cliente.

- MARINA** Posso te mostrar como fica essa pulseira com uma segunda mais fina?
- ANA** Pode.
- MARINA** A ideia é você ver se gosta da composição, não precisa levar as duas.
- ANA** Eu não teria pensado em usar assim.
- MARINA** Quando a segunda peça resolveu uma dúvida de estilo, o ticket aumentou naturalmente.
- ANA** Eu não estava pensando em pulseira.
- MARINA** Sem problema. Eu só mostrei porque ela repete o mesmo detalhe do colar. Se não fizer sentido hoje, fica como referência.
- ANA** Agora entendi por que você escolheu essa e não qualquer uma.
- MARINA** É isso que eu quero: uma sugestão com motivo, não uma peça extra por peça extra.

DEPOIS DA CONVERSA

Mesmo quando a segunda peça não entrava na compra, a cliente saía com uma referência de combinação para o futuro.

E VOCÊ?

Quando você oferece uma segunda peça, consegue explicar em uma frase por que aquela peça faz sentido?

LIÇÃO DA CENA

Aumentar ticket com relevância.

FAÇA AGORA Some as últimas dez vendas e divida por dez. Esse é um ponto de partida para seu ticket médio.

Como vender presentes

Presente tem uma lógica própria: você vende para quem compra, pensando em quem vai receber.



NESTE CAPÍTULO

- perguntar sobre pessoa e ocasião
- trabalhar com orçamento
- reduzir risco de escolha

Como vender presentes

PRINCÍPIO 1

Comece por quem vai receber e pela ocasião. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 2

Pergunte faixa de valor cedo. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 3

Ofereça opções seguras quando houver pouca informação. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 4

Embalagem e mensagem aumentam a experiência. Na prática, isso reduz improviso. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

Na prática

- Crie uma seleção presente até três faixas de preço
- Prepare três perguntas de presente
- Tenha opções clássicas fáceis de acertar

O QUE FUNCIONA

- Pessoa
- Ocasião
- Estilo
- Orçamento

EVITE

- Mostrar primeiro a opção mais cara
- Ignorar embalagem
- Fazer a cliente se sentir mal pelo orçamento

RESUMO EM 1 MINUTO

- pergunte para quem é
- entenda ocasião
- respeite orçamento
- facilite escolha

DICA ÁQUILA

Quem compra presente quer reduzir a chance de errar. Seu atendimento deve trazer segurança.

O presente de última hora

Luiza chegou com pouco tempo e precisava de um presente. Ela não sabia o modelo exato, mas sabia para quem era, a ocasião e quanto pretendia gastar. Bianca usou essas três informações para reduzir rapidamente as opções.

- LUIZA** Socorro, preciso de um presente para hoje.
- BIANCA** Me conta três coisas: idade aproximada, estilo e faixa de valor.
- LUIZA** Trinta anos, delicada, até 250.
- BIANCA** Perfeito. Vou te mostrar três opções seguras nessa faixa.
- LUIZA** Era exatamente o que eu precisava.
- BIANCA** Tempo curto pede mais curadoria, não mais opções.
- LUIZA** Eu tinha medo de ficar uma hora escolhendo.
- BIANCA** Quando a gente parte da pessoa, da ocasião e do orçamento, fica muito mais fácil.
- LUIZA** Tem embalagem? Eu vou entregar hoje.
- BIANCA** Tem sim. Vou deixar pronto e coloco um cartão sem valor. Se quiser, você escreve a mensagem aqui.

DEPOIS DA CONVERSA

Luiza saiu com o presente pronto e comentou que voltaria em outra ocasião porque o processo tinha sido simples. Conveniência também virou parte do valor entregue.

E VOCÊ?

Seu atendimento de presente ajuda a cliente a resolver a ocasião inteira ou apenas a escolher a joia?

LIÇÃO DA CENA

Vender por ocasião, perfil e orçamento.

FAÇA AGORA Crie seu Método do Presente: pessoa + ocasião + estilo + orçamento.

Como lidar com objeções

Objeção não é convite para discutir. É informação sobre o que ainda não ficou resolvido.



NESTE CAPÍTULO

- identificar a dúvida real
- responder sem defensividade
- oferecer alternativa quando fizer sentido

Como lidar com objeções

PRINCÍPIO 1

“Está caro” pode significar orçamento ou valor percebido. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 2

“Vou pensar” pode pedir tempo ou mais segurança. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 3

Dúvida de tamanho é problema resolvível. Na prática, isso reduz imprevisto. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 4

Escurecimento pede educação sobre cuidado. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

Na prática

- Liste cinco objeções que você mais ouve
- Escreva uma pergunta para entender cada uma
- Evite responder com justificativa longa

O QUE FUNCIONA

- Escutar
- Perguntar
- Responder curto

EVITE

- Debater
- Desmerecer orçamento
- Dar desconto automático

RESUMO EM 1 MINUTO

- objeção é informação
- não discuta
- pergunte antes
- ofereça alternativa

DICA ÁQUILA

Você não precisa vencer a objeção; precisa entender se existe uma solução adequada para aquela cliente.

Achei lindo, mas está caro

Renata gostou muito de um colar, mas o valor ficou acima do que havia imaginado. Bianca sentiu o impulso de oferecer desconto imediatamente, porém decidiu primeiro entender se o problema era a peça, o estilo ou o orçamento.

- RENATA** Achei lindo, mas está um pouco caro para mim.
- BIANCA** Entendo. Você quer manter esse estilo ou prefere que eu te mostre opções mais delicadas em uma faixa menor?
- RENATA** Pode ser parecido, só mais em conta.
- BIANCA** Perfeito. Vou separar duas opções.
- RENATA** Obrigada por não ficar insistindo nesse.
- BIANCA** Preço era um limite de orçamento, não uma crítica ao produto.
- RENATA** Eu queria ficar mais ou menos nesta faixa aqui.
- BIANCA** Perfeito, isso já me ajuda. Posso manter a ideia do colar e mudar tamanho ou detalhe para chegar mais perto desse valor.
- RENATA** Prefiro isso a pegar uma peça só porque entrou em promoção.
- BIANCA** Então vamos comparar duas que continuam com o estilo que você gostou.

DEPOIS DA CONVERSA

Renata escolheu uma alternativa dentro da faixa que pretendia gastar. Bianca preservou a margem e, principalmente, preservou o sentido da escolha.

E VOCÊ?

Quando escuta “está caro”, você investiga o que a cliente quer preservar antes de mexer no preço?

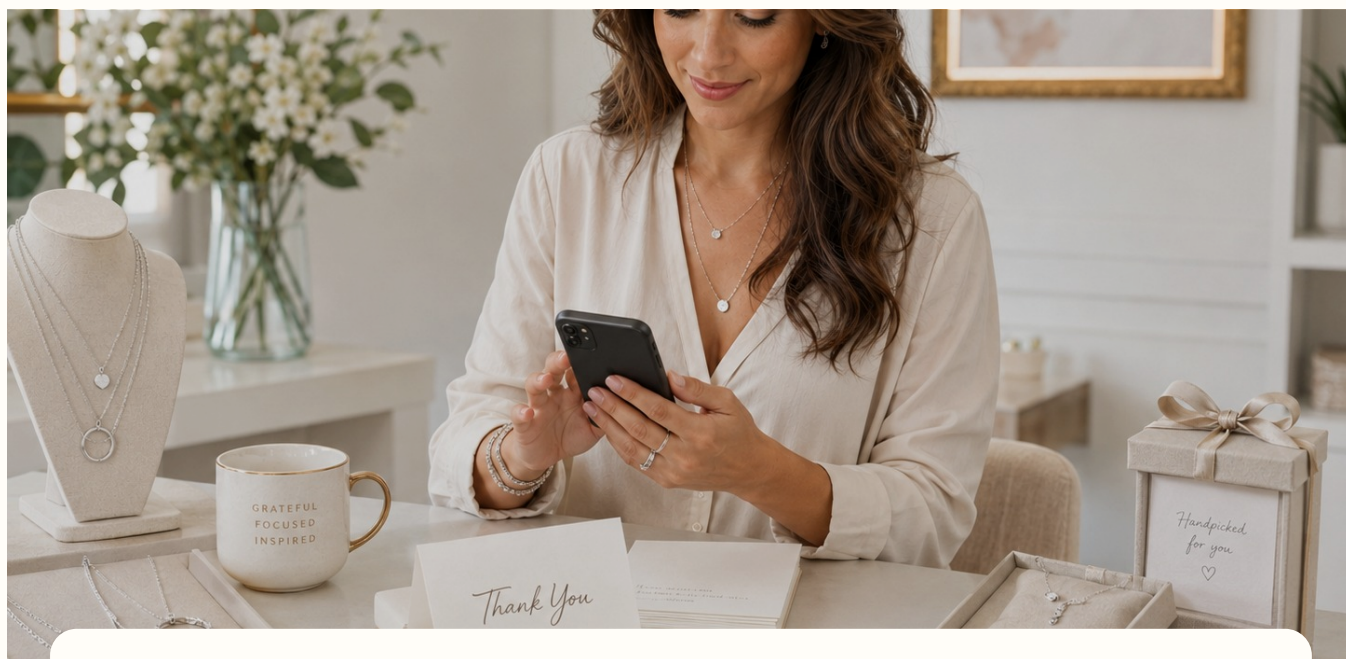
LIÇÃO DA CENA

Investigar antes de descontar.

FAÇA AGORA Para cada objeção comum, escreva primeiro uma pergunta de diagnóstico.

Pós-venda profissional

Depois que a venda termina, começa uma parte importante do relacionamento.



NESTE CAPÍTULO

- confirmar satisfação
- orientar cuidado
- abrir espaço para suporte

Pós-venda profissional

PRINCÍPIO 1

Uma mensagem curta mostra atenção. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 2

Cuidado com a peça agrega valor. Na prática, isso reduz imprevisto. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 3

Pós-venda ajuda a identificar problemas cedo. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 4

Registre a data para não repetir contato sem necessidade. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

Na prática

- Envie pós-venda para três clientes recentes
- Inclua um cuidado relevante
- Pergunte se deu tudo certo

O QUE FUNCIONA

- Atenção
- Utilidade
- Registro

EVITE

- Sumir após receber
- Pedir nova compra imediatamente
- Enviar mensagem genérica demais

RESUMO EM 1 MINUTO

- confirme satisfação
- registre retorno
- ensine cuidado
- oferta vem depois

DICA AQUILA Pós-venda não é uma segunda oferta. Primeiro é cuidado.

A mensagem de dois dias depois

Dois dias depois de uma venda, Bianca lembrou de Ana. Em vez de mandar uma nova oferta, enviou uma mensagem curta para saber se estava tudo certo e acrescentou uma orientação de cuidado relacionada à peça.

BIANCA Oi, Ana! Queria saber se deu tudo certo com sua peça e se você gostou.

ANA Gostei muito, usei ontem.

BIANCA Que bom! Se quiser, te mando uma dica rápida para manter o brilho.

ANA Quero sim.

BIANCA A conversa ficou mais próxima sem precisar de promoção.

ANA Eu gostei de você ter perguntado sem já mandar outra promoção.

BIANCA Queria primeiro saber se deu tudo certo com a compra.

ANA Deu sim. E a dica de guardar separada foi útil.

BIANCA Ótimo. Vou anotar que você gostou desse estilo para não te mandar novidade aleatória depois.

DEPOIS DA CONVERSA

A conversa terminou sem nova venda naquele dia, mas deixou uma percepção de cuidado. Algumas semanas depois, Ana respondeu espontaneamente a uma novidade enviada por Bianca.

E VOCÊ?

Seu pós-venda existe mesmo quando você não tem nada novo para oferecer?

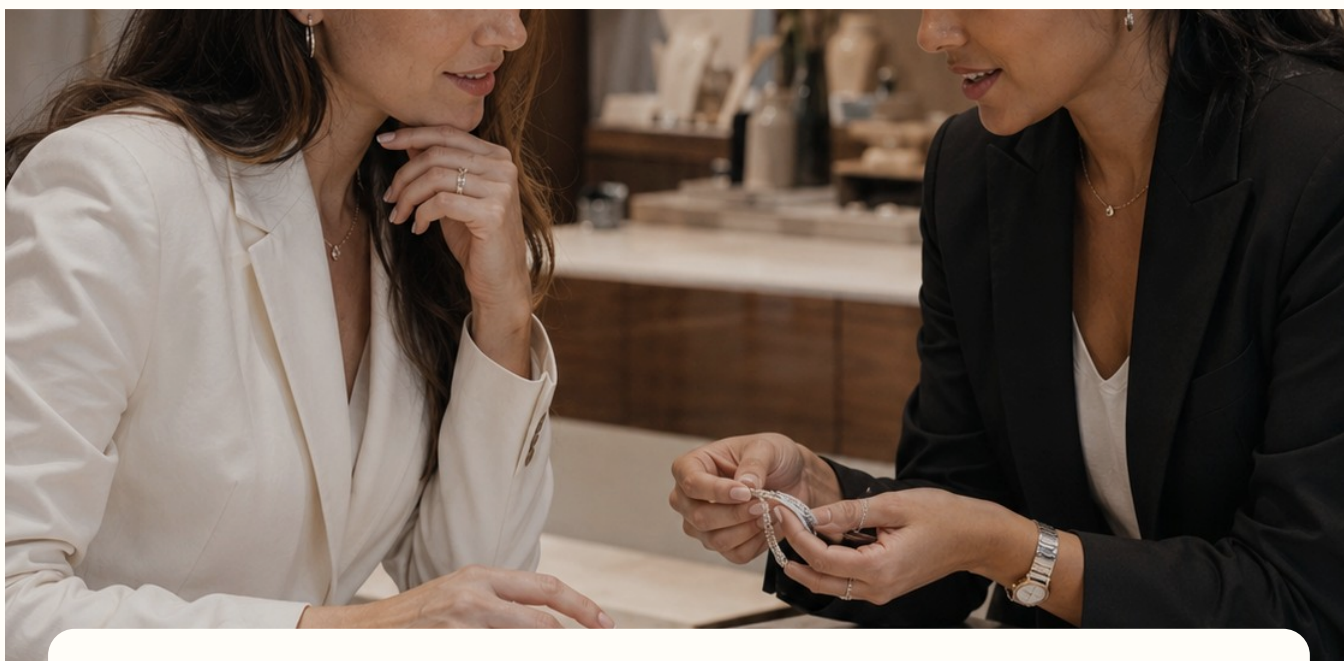
LIÇÃO DA CENA

Pós-venda simples.

FAÇA AGORA Escolha três vendas recentes e envie uma mensagem curta de acompanhamento.

Recompra e fidelização

Crescer fica mais leve quando parte das vendas vem de pessoas que já confiam em você.



NESTE CAPÍTULO

- identificar momento de recompra
- usar histórico com cuidado
- fazer contato relevante

Recompra e fidelização

PRINCÍPIO 1

Lembre de preferências, não apenas de datas. Na prática, isso reduz improviso. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 2

Novidade relevante é melhor que mensagem em massa. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 3

Aniversário pode ser oportunidade de relacionamento. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 4

Frequência de contato deve respeitar a pessoa. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

Na prática

- Liste dez clientes antigas
- Escolha três com motivo real para contato
- Anote a resposta para ajustar frequência

O QUE FUNCIONA

- Relevância
- Memória
- Respeito

EVITE

- Mensagem toda semana para todo mundo
- Fingir intimidade
- Usar histórico de forma invasiva

RESUMO EM 1 MINUTO

- cuide da experiência
- mande novidades relevantes
- use histórico com respeito
- não exagere na frequência

DICA AQUILA Fidelização é consequência de experiências boas repetidas.

A cliente voltou três meses depois

Três meses depois da última compra, Marina encontrou uma novidade muito parecida com o estilo de Ana. Ela não abriu uma lista de transmissão; enviou uma mensagem individual explicando por que havia lembrado dela.

MARINA Oi, Ana! Lembrei de você porque chegou uma peça delicada parecida com aquela que você levou.
ANA Manda foto.
MARINA Claro. Se não for seu momento, sem problema.
ANA Adorei. Você lembra mesmo do que eu gosto.
MARINA Não foi sorte: eu tinha anotado a preferência dela.
ANA Você acertou, é bem o tipo de peça que eu uso.
MARINA Eu tinha anotado que você preferia peças pequenas e sem muita pedra.
ANA Isso faz diferença. Recebo muita coisa que não tem nada a ver comigo.
MARINA Prefiro falar menos vezes e com mais contexto.

DEPOIS DA CONVERSA

Ana não comprou imediatamente, mas pediu para Marina reservar a referência para o fim de semana. O histórico transformou uma mensagem comercial em uma recomendação relevante.

E VOCÊ?

Você sabe quais clientes deveriam receber sua próxima novidade e por quê?

LIÇÃO DA CENA

Contato relevante e histórico.

FAÇA AGORA Escolha cinco clientes e escreva um motivo legítimo para falar com cada uma.

Construindo uma carteira de clientes

Uma pequena base organizada vale mais do que centenas de contatos esquecidos.



NESTE CAPÍTULO

- registrar dados úteis
- acompanhar histórico
- proteger privacidade

Construindo uma carteira de clientes

PRINCÍPIO 1

Guarde apenas informações úteis ao atendimento. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 2

Tamanho, estilo e última compra podem ajudar. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 3

Data do próximo contato evita improviso. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 4

Trate dados com respeito e finalidade clara. Na prática, isso reduz improviso. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

Na prática

- Monte uma ficha simples
- Cadastre cinco clientes
- Defina um campo de próximo contato

O QUE FUNCIONA

- Dados mínimos
- Finalidade clara
- Atualização

EVITE

- Anotar informação sensível sem necessidade
- Compartilhar cadastro
- Usar dados fora do contexto de atendimento

RESUMO EM 1 MINUTO

- registre o que ajuda
- não colete demais
- mantenha histórico
- use com respeito

DICA ÁGUIA CRM simples é memória organizada a serviço do relacionamento.

O detalhe anotado que virou venda

Carla tinha comentado meses antes que brincos pesados incomodavam. Marina registrou essa preferência e, quando chegaram modelos novos, não precisou recomendar o atendimento do zero.

- CARLA** Tem alguma novidade bem leve?
- MARINA** Tenho duas que lembrei de você porque são pequenas e leves.
- CARLA** Você lembra que não gosto de brinco pesado.
- MARINA** Anoto preferências para não te mandar coisas que não combinam com você.
- CARLA** Isso economiza meu tempo.
- CARLA** Eu nem lembrava que tinha falado isso.
- MARINA** Eu registro só o que me ajuda a te atender melhor: tamanho, estilo, preferência e histórico de compra.
- CARLA** Isso é bom. Parece que eu não preciso explicar tudo de novo.
- MARINA** Esse é o objetivo. A ficha serve para melhorar o atendimento, não para acumular informação sem necessidade.

DEPOIS DA CONVERSA

O detalhe economizou tempo para as duas e reforçou a sensação de atendimento próximo. Um cadastro simples se tornou memória organizada.

E VOCÊ?

Que informação útil sobre suas melhores clientes hoje existe apenas na sua cabeça?

LIÇÃO DA CENA

Usar preferências e tamanhos.

FAÇA AGORA Crie sua ficha de cliente com nome, contato, tamanho, estilo, última compra e observação.

Indicações e parcerias locais

Relacionamentos locais podem abrir portas sem exigir grande investimento em anúncio.



NESTE CAPÍTULO

- pedir indicação de forma natural
- criar parceria ganha-ganha
- escolher parceiros alinhados

Indicações e parcerias locais

PRINCÍPIO 1

Cliente satisfeita é uma fonte legítima de indicação. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 2

Parceria precisa gerar valor para os dois lados. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 3

Salões, boutiques e profissionais podem ter público complementar. Na prática, isso reduz imprevisto. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 4

Combine regras antes de começar. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

Na prática

- Liste cinco parceiros possíveis
- Pense no benefício para eles
- Faça uma abordagem personalizada

O QUE FUNCIONA

- Ganha-ganha
- Público compatível
- Combinado claro

EVITE

- Pedir favor sem oferecer valor
- Deixar comissão ou responsabilidade ambígua
- Forçar indicação

RESUMO EM 1 MINUTO

- indicação vem de satisfação
- parceria precisa de valor mútuo
- combine regras
- comece pequeno

DICA ÁQUILA

Parceria boa é clara, simples e boa para cliente, revendedora e parceiro.

A parceria com o salão

Bianca queria encontrar novas clientes sem depender somente de anúncios. Ela observou que um salão próximo atendia muitas mulheres com perfil semelhante ao de sua clientela e procurou a proprietária com uma proposta de teste.

- BIANCA** Pensei em fazer um dia de exposição aqui, mas queria que fosse bom para vocês também.
- DONA DO SALÃO** O que você imaginou?
- BIANCA** Eu divulgo o salão para minhas clientes e monto uma seleção pequena em um sábado. Podemos medir o resultado e decidir se repetimos.
- DONA DO SALÃO** Gostei porque não parece algo permanente logo de cara.
- BIANCA** Começamos como teste, com combinado claro.
- DONA DO SALÃO** E como vamos saber se valeu a pena?
- BIANCA** A gente define um sábado, eu registro os atendimentos e vocês observam o movimento. Depois conversamos antes de repetir.
- DONA DO SALÃO** Assim fica claro para os dois lados.
- BIANCA** E eu também divulgo o salão para minhas clientes. Quero que seja uma troca, não só espaço para eu vender.

DEPOIS DA CONVERSA

O primeiro encontro foi pequeno, mas gerou novas conversas e uma segunda data. A parceria funcionou porque começou com expectativa e responsabilidade bem definidas.

E VOCÊ?

Que parceiro local tem público complementar ao seu e qual valor você poderia oferecer a ele?

LIÇÃO DA CENA

Criar parceria local ganha-ganha.

FAÇA AGORA Escolha um negócio local complementar e escreva uma proposta simples de parceria.

Financeiro sem complicação

Vender muito não garante lucro. Você precisa saber o que entra, o que sai e o que precisa voltar para o estoque.



NESTE CAPÍTULO

- separar faturamento de lucro
- controlar despesas
- planejar reposição

Financeiro sem complicação

PRINCÍPIO 1

Venda é entrada, não lucro. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 2

Custo da peça precisa ser conhecido. Na prática, isso reduz improvável. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 3

Frete, embalagem e taxas contam. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 4

Parte do dinheiro precisa sustentar reposição. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

Na prática

- Registre as últimas dez vendas com custo e recebimento
- Separe conta ou carteira do negócio
- Faça fechamento mensal simples

O QUE FUNCIONA

- Entrada
- Custo
- Despesa
- Resultado

EVITE

- Gastar todo valor recebido
- Ignorar taxa de pagamento
- Confundir parcelado com dinheiro disponível

RESUMO EM 1 MINUTO

- venda não é lucro
- registre custos
- separe dinheiro
- planeje reposição

DICA ÁQUILA

Controle simples, feito todo mês, é melhor do que planilha perfeita que nunca é atualizada.

Vendia muito e não sabia se lucrava

Bianca terminou o mês com a sensação de que tinha trabalhado bastante. As vendas pareciam boas, mas quando precisou fazer reposição percebeu que o dinheiro disponível era muito menor do que esperava. Marina pediu que ela reconstruísse o caminho do dinheiro.

- BIANCA** Vendi bastante. Por que meu caixa está tão baixo?
- MARINA** Você separou o custo das peças e as despesas?
- BIANCA** Não. Eu fui usando o dinheiro.
- MARINA** Então você acompanhou faturamento, não resultado.
- BIANCA** Vou começar um fechamento simples todo fim de mês.
- MARINA** Vamos separar quatro coisas: quanto vendeu, quanto as peças custaram, quais despesas teve e quanto realmente recebeu.
- BIANCA** Eu também tenho vendas parceladas que ainda não caíram.
- MARINA** Então isso precisa aparecer separado. Dinheiro a receber não é o mesmo que dinheiro disponível hoje.
- BIANCA** Agora entendo por que eu olhava o total vendido e achava que podia gastar mais.

DEPOIS DA CONVERSA

Bianca fez um fechamento simples e descobriu que o problema não era falta de venda, mas falta de separação. A partir daquele mês, passou a reservar o valor de reposição antes de tratar o restante como disponível.

E VOCÊ?

Se você vendesse hoje R\$ 1.000, saberia quanto desse valor realmente pode usar depois de custo e despesas?

LIÇÃO DA CENA

Separar faturamento e lucro.

FAÇA AGORA Escolha um mês e faça quatro totais: vendas, custos, despesas e valor recebido.

Estoque: dinheiro parado também é dinheiro

Estoque deve trabalhar a favor da venda. Quando fica parado por muito tempo, precisa de decisão.



NESTE CAPÍTULO

- medir giro
- classificar produtos A B C
- decidir reposição

Estoque: dinheiro parado também é dinheiro

PRINCÍPIO 1

Produtos A giram e merecem atenção de reposição. Na prática, isso reduz improviso. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 2

Produtos B têm saída regular. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 3

Produtos C pedem análise e ação. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 4

Estoque antigo não melhora escondido. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

Na prática

- Classifique 20 itens em A B C
- Liste o que está parado há mais tempo
- Defina uma ação para cada C

O QUE FUNCIONA

- Contagem
- Giro
- Decisão

EVITE

- Repor sem olhar saldo
- Guardar encalhado indefinidamente
- Fazer promoção sem calcular margem

RESUMO EM 1 MINUTO

- conte estoque
- classifique giro
- reponha A com critério
- decida sobre C

DICA AQUILA Classificação simples ajuda a comprar menos no escuro.

A gaveta cheia de peças encalhadas

Ao reorganizar o estoque, Marina encontrou uma gaveta com peças que quase não apareciam nos atendimentos. Algumas estavam ali havia meses. Clara sugeriu que o primeiro passo não fosse liquidar tudo, mas entender o motivo da baixa saída.

- MARINA** Essas estão aqui há meses.
- CLARA** Então elas precisam de uma decisão.
- MARINA** Promoção?
- CLARA** Talvez. Primeiro veja margem, se podem entrar em kit ou se só estavam mal apresentadas.
- MARINA** O importante é parar de ignorar o estoque parado.
- MARINA** Como eu descubro se o problema é a peça ou a forma como estou mostrando?
- CLARA** Testa uma nova foto, uma combinação e um público diferente. Se mesmo assim não houver resposta, você tem um sinal mais forte.
- MARINA** E se eu decidir fazer promoção?
- CLARA** Faça com conta e objetivo. Estoque parado pede ação, mas ação não precisa ser desespero.

DEPOIS DA CONVERSA

Marina recuperou a venda de alguns itens apenas mudando a apresentação e deixou de repor outros que não tinham demanda. A gaveta virou informação para a próxima compra.

E VOCÊ?

Quais itens estão parados porque não têm demanda e quais estão parados porque quase nunca são apresentados?

LIÇÃO DA CENA

Classificar produtos por giro.

FAÇA AGORA Pegue seu estoque e marque A para campeão, B para regular e C para parado.

Promoção sem destruir margem

Promoção é ferramenta para um objetivo específico, não resposta automática para toda venda difícil.



NESTE CAPÍTULO

- definir objetivo
- calcular antes
- usar alternativas ao desconto

Promoção sem destruir margem

PRINCÍPIO 1

Promoção pode acelerar item parado ou campanha de data. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 2

Kit pode gerar valor sem cortar preço de tudo. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 3

Frete ou brinde podem ser alternativas dependendo da conta. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 4

Desconto sem objetivo ensina a cliente a esperar desconto. Na prática, isso reduz improviso. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

Na prática

- Antes de promover, escreva o objetivo
- Calcule a margem mínima aceitável
- Pense em uma alternativa ao desconto

O QUE FUNCIONA

- Objetivo
- Conta
- Prazo

EVITE

- Desconto por hábito
- Promoção permanente
- Escassez falsa

RESUMO EM 1 MINUTO

- promoção tem objetivo
- teste alternativas
- proteja margem
- não crie urgência falsa

DICA ÁQUILA

Se você não sabe por que está dando desconto, provavelmente não deveria começar por ele.

O desconto que não precisava existir

Uma cliente pediu desconto quase automaticamente no fechamento. A peça não estava parada, a margem estava adequada e não existia campanha ativa. Bianca percebeu que conceder desconto naquele momento seria apenas um hábito, não uma estratégia.

- CLIENTE** Se eu levar hoje tem desconto?
- BIANCA** Esse modelo está no valor normal. Se você quiser duas peças, posso te mostrar um conjunto que fica melhor para sua necessidade.
- CLIENTE** Não precisa, vou ficar com essa mesmo.
- BIANCA** Percebi que eu quase teria dado desconto sem existir motivo comercial.
- CLIENTE** Eu pergunto porque algumas lojas sempre dão alguma coisa no final.
- BIANCA** Entendo. Eu prefiro manter o valor claro e, quando existe uma condição especial, ela tem um motivo e um período definidos.
- CLIENTE** Faz sentido. Eu estava só perguntando mesmo.
- BIANCA** Sem problema. Se em outra compra você quiser montar um conjunto, eu posso te ajudar a comparar opções e valores.

DEPOIS DA CONVERSA

A cliente concluiu a compra pelo valor original. Bianca percebeu que muitas vezes ela mesma criava o desconto antes de saber se era necessário.

E VOCÊ?

Quantos descontos você concedeu no último mês porque havia uma estratégia e quantos porque ficou desconfortável em sustentar o preço?

LIÇÃO DA CENA

Evitar desconto automático.

FAÇA AGORA Pegue sua próxima promoção e escreva objetivo, duração e resultado esperado.

Calendário de vendas

Datas importantes funcionam melhor quando a preparação começa antes da semana da venda.



NESTE CAPÍTULO

- planejar com antecedência
- definir campanha
- organizar estoque e conteúdo

Calendário de vendas

PRINCÍPIO 1

Trinta dias antes é um bom ponto de partida para datas grandes. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 2

Escolha quais produtos fazem sentido para a ocasião. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 3

Prepare fotos, embalagem e mensagens. Na prática, isso reduz imprevisto. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 4

Acompanhe o que funcionou para o próximo ano. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

Na prática

- Marque cinco datas relevantes
- Planeje uma delas em 30 15 7 dias
- Liste o estoque necessário

O QUE FUNCIONA

- Antecedência
- Tema
- Execução

EVITE

- Começar na véspera
- Comprar estoque grande sem plano
- Usar todas as datas do calendário

RESUMO EM 1 MINUTO

- planeje cedo
- escolha datas relevantes
- prepare estoque e conteúdo
- registre resultado

DICA ÁQUILA Calendário não serve para criar promoção todo mês; serve para organizar oportunidade.

O Dia das Mães começou 30 dias antes

Marina decidiu que, naquele ano, o Dia das Mães não começaria na semana da data. Trinta dias antes, ela abriu o calendário e dividiu a preparação em estoque, fotos, comunicação e atendimento.

- MARINA** Hoje faltam 30 dias. Vou definir as faixas de presente.
- BIANCA** Já?
- MARINA** Daqui a 15 dias faço fotos. Na última semana quero só atender e repor.
- BIANCA** Então a campanha não começa quando você publica.
- MARINA** Exato. Começa quando você organiza.
- BIANCA** E se você mudar de ideia no meio?
- MARINA** Eu posso ajustar. Planejamento não é prisão, é ter um ponto de partida.
- BIANCA** O que você deixa para a última semana?
- MARINA** Principalmente atendimento, reposição do que girou e lembretes. Não quero estar fotografando tudo enquanto as clientes já estão comprando.

DEPOIS DA CONVERSA

Na semana da data, Marina teve mais tempo para conversar com clientes porque grande parte do material já estava pronta. O calendário não criou vendas sozinho; criou espaço para executar melhor.

E VOCÊ?

Qual próxima data importante você pode começar a preparar antes que todo mundo comece a falar dela?

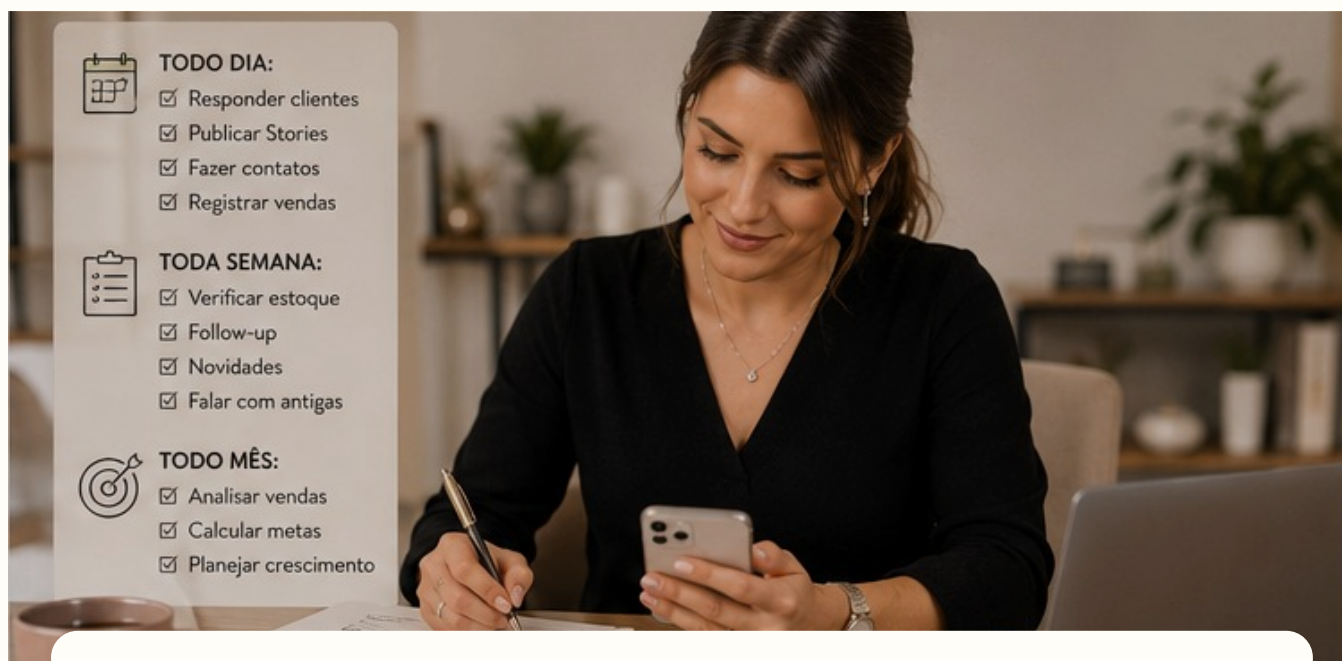
LIÇÃO DA CENA

Planejar datas.

FAÇA AGORA Escolha uma data comercial e escreva o que fará 30, 15 e 7 dias antes.

Rotina de uma revendedora organizada

Pequenas rotinas reduzem acúmulo e ajudam a venda a acontecer com regularidade.



NESTE CAPÍTULO

- criar rotina diária
- fazer revisão semanal
- fechar o mês

Rotina de uma revendedora organizada

PRINCÍPIO 1

Diariamente responda e registre. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 2

Semanalmente revise estoque e follow-up. Na prática, isso reduz improviso. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 3

Mensalmente veja vendas, caixa e mix. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 4

Rotina deve caber na sua realidade. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

Na prática

- Reserve 30 minutos em quatro dias da semana
- Crie uma revisão semanal fixa
- Defina um dia de fechamento mensal

O QUE FUNCIONA

- Pouco e frequente
- Agenda realista
- Revisão

EVITE

- Planejar três horas por dia sem ter três horas
- Atender sem registrar
- Nunca revisar pendências

RESUMO EM 1 MINUTO

- rotina precisa caber
- revise semanalmente
- registre no dia
- feche o mês

DICA AQUILA Consistência vence intensidade que não dura.

30 minutos por dia fizeram diferença

Bianca imaginava que organização exigia uma tarde inteira livre. Como essa tarde quase nunca aparecia, tarefas pequenas acumulavam: respostas, registros, estoque e follow-ups. Marina propôs um teste de 30 minutos.

- BIANCA** Nunca consigo parar uma tarde inteira.
- MARINA** Você precisa de uma tarde ou de 30 minutos frequentes?
- BIANCA** Talvez 30 minutos eu consiga.
- MARINA** Então começa por isso.
- BIANCA** Em duas semanas parei de perder follow-up e pedidos anotados em lugares diferentes.
- BIANCA** Mas 30 minutos parecem pouco.
- MARINA** Pouco todos os dias pode ser mais do que três horas que nunca chegam.
- BIANCA** O que eu faço primeiro nesse tempo?
- MARINA** Responde o que está pendente, registra o que aconteceu e define o próximo passo. O restante entra na revisão semanal.

DEPOIS DA CONVERSA

A rotina não deixou Bianca “perfeitamente organizada”, mas eliminou os maiores esquecimentos. Ela começou a perceber que consistência era uma ferramenta de venda, não apenas de produtividade.

E VOCÊ?

Qual rotina mínima você consegue sustentar até em uma semana corrida?

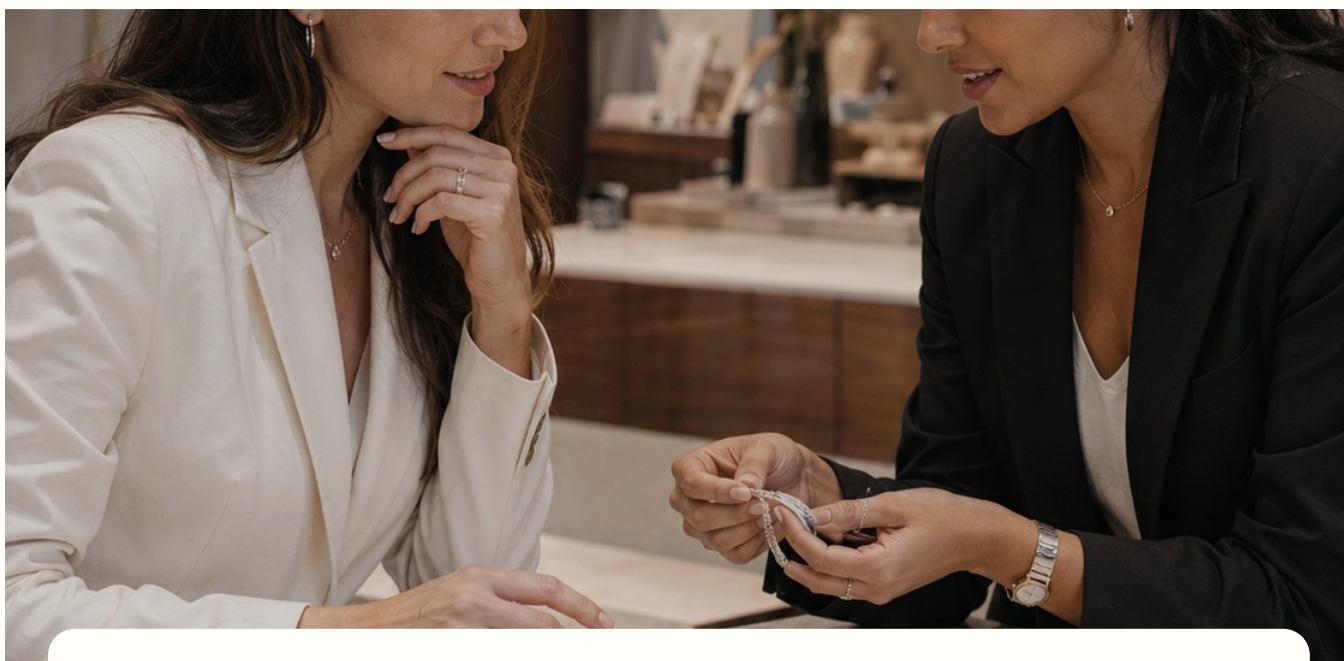
LIÇÃO DA CENA

Criar constância.

FAÇA AGORA Monte uma rotina mínima: 15 min atendimento + 10 min registro + 5 min próximo passo.

Plano de crescimento de 90 dias

Crescimento fica mais claro quando você divide o próximo trimestre em organizar, vender e melhorar.



NESTE CAPÍTULO

- estruturar 90 dias
- definir prioridades
- medir progresso

Plano de crescimento de 90 dias

PRINCÍPIO 1

Dias 1-30: organize base, clientes e estoque. Na prática, isso reduz improviso. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 2

Dias 31-60: aumente execução comercial. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 3

Dias 61-90: trabalhe recompra, ticket e parceria. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 4

Ao final, compare antes e depois. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

Na prática

- Escolha três indicadores
- Defina uma ação por fase
- Marque revisão no dia 30 60 90

O QUE FUNCIONA

- Organizar
- Vender
- Crescer

EVITE

- Tentar mudar tudo na primeira semana
- Criar dez metas
- Não revisar

RESUMO EM 1 MINUTO

- fase 1 organiza
- fase 2 executa
- fase 3 melhora
- revise a cada 30 dias

DICA ÁQUILA

Um plano simples funciona quando vira agenda, não quando fica só bonito no papel.

Os primeiros 90 dias de Bianca

Bianca tinha várias ideias de melhoria e o risco de tentar fazer todas ao mesmo tempo. Ela e Marina decidiram transformar o trimestre em três fases simples: organizar, vender e crescer.

- BIANCA** No primeiro mês organizei clientes e estoque.
- MARINA** E no segundo?
- BIANCA** Fiz mais contatos e pós-venda.
- MARINA** E agora?
- BIANCA** Quero aumentar recompra e testar uma parceria local.
- MARINA** Isso é evolução com sequência, não pressa.
- MARINA** O que mudou mais nesses dois primeiros meses?
- BIANCA** Eu parei de decidir tudo pela sensação. Agora tenho lista de clientes, estoque mais claro e uma rotina de follow-up.
- MARINA** Então no terceiro mês não precisa inventar outro negócio. Você pode melhorar o que já começou.
- BIANCA** Vou acompanhar recompra, ticket e a parceria. Três coisas, não dez.

DEPOIS DA CONVERSA

O plano de 90 dias deu a Bianca uma sequência. Em vez de sentir que estava sempre atrasada, ela passou a comparar o negócio com o mês anterior e escolher a próxima melhoria.

E VOCÊ?

Se seus próximos 90 dias tivessem apenas três prioridades, quais seriam?

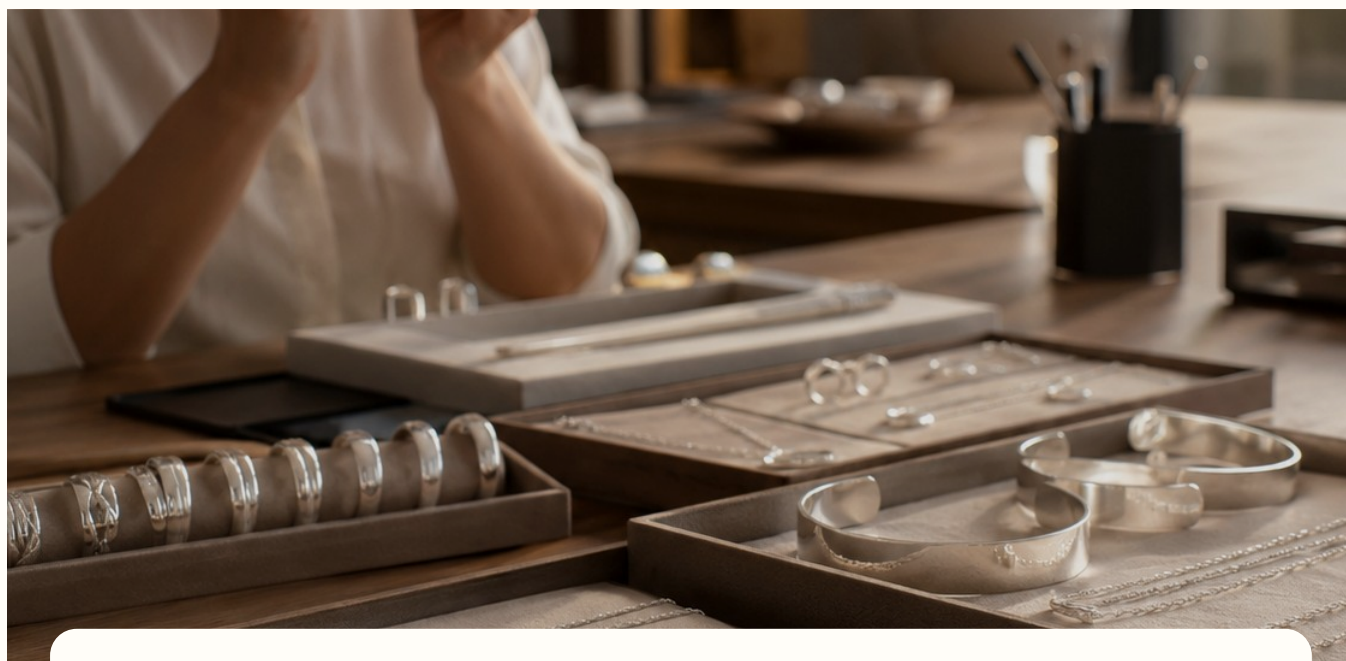
LIÇÃO DA CENA

Aplicar plano de 90 dias.

FAÇA AGORA Preencha o plano de 90 dias no final deste book.

Manual rápido da Prata 925

Conhecimento básico sobre o material ajuda a vender com confiança e orientar melhor.



NESTE CAPÍTULO

- explicar 925
- diferenciar comportamento natural de defeito
- usar linguagem de cliente

Manual rápido da Prata 925

PRINCÍPIO 1

925 indica uma liga de prata com 92,5% de prata em sua composição. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 2

A prata pode reagir com ambiente e substâncias e apresentar escurecimento. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 3

Cuidados de uso e armazenamento fazem diferença. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 4

Políticas de garantia devem sempre seguir a regra oficial da Aquila. Na prática, isso reduz improviso. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

Na prática

- Treine sua explicação
- Salve o material técnico oficial
- Evite responder além do que sabe

O QUE FUNCIONA

- Clareza
- Cuidado
- Fonte oficial

EVITE

- Prometer que nunca escurece
- Inventar garantia
- Usar termos técnicos sem explicar

RESUMO EM 1 MINUTO

- 925 é composição
- escurecimento pode ocorrer
- cuidados importam
- política é oficial

DICA AQUILA Conhecimento técnico só ajuda quando a cliente consegue entender.

Como explicar Prata 925 em 30 segundos

Clara treinava uma nova atendente e percebeu que a explicação sobre Prata 925 estava longa demais. A cliente não precisava de uma aula técnica; precisava entender o suficiente para comprar e cuidar da peça com segurança.

- CLARA** Como você explicaria 925 para uma cliente?
- ATENDENTE** É uma liga com 92,5% de prata.
- CLARA** Ótimo. Agora acrescente que ela pode escurecer naturalmente e que existem cuidados adequados.
- ATENDENTE** Sem falar como se fosse um problema.
- CLARA** Exato. Informação clara traz segurança.
- ATENDENTE** E se a cliente fizer uma pergunta que eu não sei responder?
- CLARA** Não invente. Diga que vai confirmar e use o material oficial da Aquila.
- ATENDENTE** Isso não passa insegurança?
- CLARA** Passa mais confiança admitir que vai confirmar do que responder algo errado com certeza.

DEPOIS DA CONVERSA

A atendente criou uma explicação curta e deixou o guia de cuidados salvo no celular. Quando a conversa exigia mais detalhe, ela tinha uma fonte para complementar.

E VOCÊ?

Você consegue explicar Prata 925 em 30 segundos de um jeito que uma cliente sem conhecimento técnico entenda?

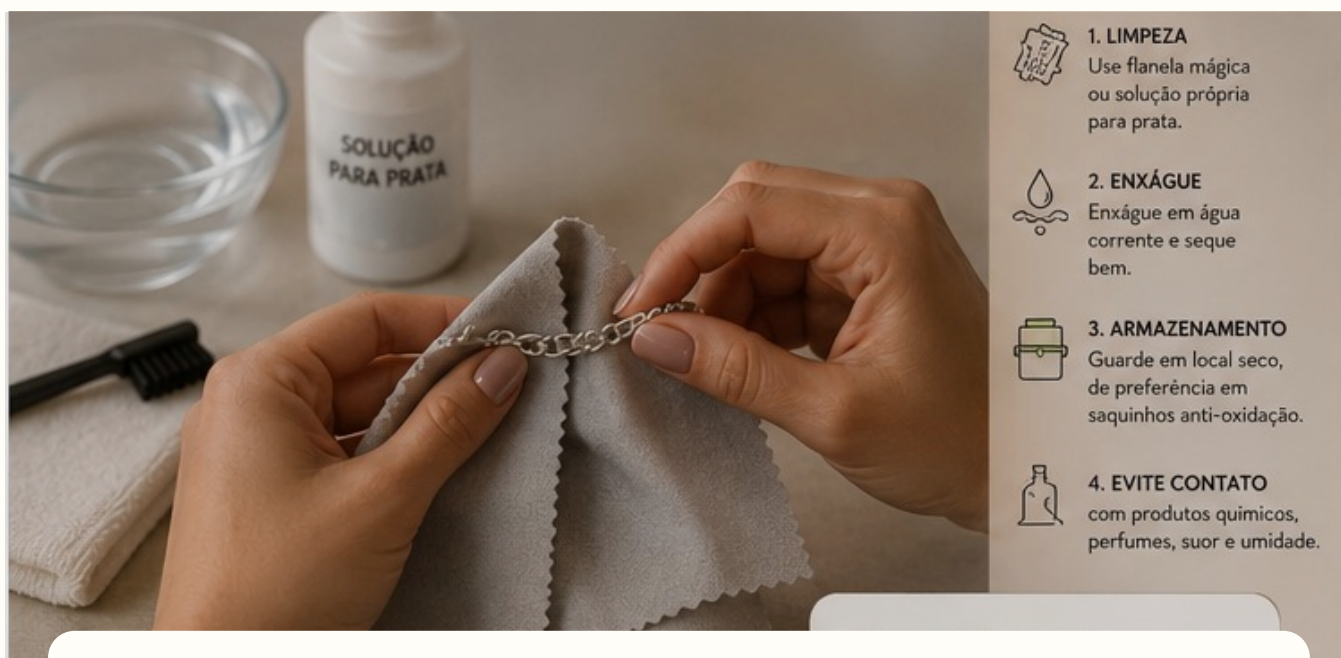
LIÇÃO DA CENA

Treinar argumento simples.

FAÇA AGORA Explique Prata 925 em duas frases simples para uma cliente fictícia.

Cuidados e limpeza

Orientar cuidados melhora a experiência e reduz dúvidas depois da compra.



NESTE CAPÍTULO

- ensinar conservação
- explicar limpeza
- orientar quando buscar suporte

Cuidados e limpeza

PRINCÍPIO 1

Evite contato desnecessário com produtos agressivos. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 2

Guarde peças secas e protegidas. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 3

Use apenas métodos de limpeza orientados pela Aquila. Na prática, isso reduz imprevisto. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 4

Quando houver dúvida sobre dano, encaminhe para atendimento. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

Na prática

- Assista aos vídeos Aquila
- Envie o cuidado junto ao pós-venda
- Crie um Destaque de cuidados

O QUE FUNCIONA

- Prevenção
- Método correto
- Suporte

EVITE

- Receita química improvisada
- Lixar ou usar produto agressivo
- Garantir recuperação de qualquer dano

RESUMO EM 1 MINUTO

- ensine prevenção
- não improvise produto
- use método oficial
- encaminhe casos duvidosos

DICA AQUILA

Cuidado bem explicado protege a peça e também a confiança na marca.

A peça escureceu e a cliente ficou preocupada

Renata chamou Marina preocupada depois de perceber que uma peça estava mais escura. Antes de falar em troca ou defeito, Marina pediu detalhes de uso e explicou o comportamento natural da prata com cuidado.

- RENATA** Minha peça escureceu um pouco. Fiz algo errado?
- MARINA** Não necessariamente. A prata pode apresentar escurecimento com uso e ambiente.
- RENATA** O que eu faço?
- MARINA** Vou te enviar o vídeo de limpeza da Aquila. Se perceber algo diferente do que aparece ali, me chama antes de usar qualquer produto.
- RENATA** Perfeito. Eu ia testar uma receita da internet.
- MARINA** Melhor começar pela orientação oficial.
- RENATA** Eu usei bastante e também passei perfume com ela já colocada.
- MARINA** Esse tipo de contato pode influenciar. Vamos primeiro seguir a orientação de limpeza e conservação.
- RENATA** E se não resolver?
- MARINA** Aí você me chama de novo e eu verifico o próximo passo pelo atendimento oficial. Não quero te dar uma resposta sem avaliar.

DEPOIS DA CONVERSA

Depois de seguir a orientação adequada, Renata percebeu melhora no brilho e ficou mais tranquila. Marina evitou prometer resultado absoluto e manteve um caminho de suporte caso a dúvida continuasse.

E VOCÊ?

Sua resposta sobre cuidados deixa claro o que a cliente pode fazer e quando deve procurar atendimento?

LIÇÃO DA CENA

Atender dúvida técnica com calma.

FAÇA AGORA Assista aos três vídeos de cuidados e anote a orientação principal de cada um.

Materiais e vídeos Aquila

Conteúdo educativo pode responder dúvidas e ajudar sua cliente a decidir com mais segurança.



NESTE CAPÍTULO

- usar Aquila Academy
- integrar vídeos ao atendimento
- aproveitar materiais oficiais

Materiais e vídeos Aquila

PRINCÍPIO 1

Vídeos curtos funcionam bem para dúvidas específicas. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 2

Materiais oficiais evitam informação desencontrada. Na prática, isso reduz improviso. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 3

Conteúdo pode ser enviado no pós-venda. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 4

Use o material como apoio, não como substituto do atendimento. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

Na prática

- Salve a página Academy nos favoritos
- Crie uma pasta com links principais
- Envie um conteúdo útil para três clientes

O QUE FUNCIONA

- Fonte oficial
- Rapidez
- Consistência

EVITE

- Baixar e alterar material sem autorização
- Enviar conteúdo sem relação com a dúvida
- Usar vídeo para evitar responder

RESUMO EM 1 MINUTO

- use fonte oficial
- envie com contexto
- salve links
- mantenha atendimento humano

DICA AQUILA

Quando conteúdo e atendimento trabalham juntos, a experiência fica mais consistente.

Um vídeo respondeu a dúvida antes da venda

Fernanda estava interessada em uma pulseira, mas tinha dúvida sobre medida. Bianca poderia tentar explicar tudo por texto; em vez disso, usou um vídeo curto da Aquila como apoio e permaneceu disponível para interpretar a situação da cliente.

- FERNANDA** Como eu sei o tamanho?
- BIANCA** Tenho um vídeo da Aquila que mostra essa medida. Te envio e, se ficar dúvida, faço junto com você.
- FERNANDA** Nossa, ficou muito mais claro vendo.
- BIANCA** Ótimo. O vídeo resolveu a parte visual e eu continuei disponível para ajudar.
- FERNANDA** Assisti. Agora entendi onde medir.
- BIANCA** Ótimo. Faz a medida com calma e me manda. Se ficar em dúvida entre duas, a gente compara.
- FERNANDA** O vídeo ajudou mais do que eu imaginava.
- BIANCA** Conteúdo bom economiza explicação, mas eu continuo aqui para te ajudar na decisão.

DEPOIS DA CONVERSA

O vídeo não substituiu o atendimento; tornou a conversa mais objetiva. Bianca passou a organizar os materiais oficiais por tipo de dúvida para encontrar rapidamente quando precisava.

E VOCÊ?

Que dúvida você explica repetidamente e poderia ser apoiada por um conteúdo oficial da Aquila?

LIÇÃO DA CENA

Usar conteúdo educativo.

FAÇA AGORA Monte sua pasta "Aquila Academy" com os cinco links de vídeo deste book.

Checklist final da revendedora

Antes de buscar mais técnicas, vale confirmar se sua base está organizada.



NESTE CAPÍTULO

- revisar fundamentos
- identificar lacunas
- definir próxima prioridade

Checklist final da revendedora

PRINCÍPIO 1

Avalie produto, atendimento, conteúdo, estoque e financeiro. Na prática, isso reduz imprevisto. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

PRINCÍPIO 2

Escolha no máximo três prioridades. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 3

Use o checklist como revisão mensal. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 4

Celebre evolução concreta. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

Na prática

- Marque seu nível em cada área
- Escolha três melhorias
- Defina uma data de revisão

O QUE FUNCIONA

- Autoavaliação
- Prioridade
- Revisão

EVITE

- Querer nota perfeita
- Mudar tudo ao mesmo tempo
- Comparar sua fase com outra pessoa

RESUMO EM 1 MINUTO

- revise a base
- defina prazo
- escolha prioridades
- acompanhe progresso

DICA ÁQUILA

Organização não é chegar a um estado perfeito. É saber o que precisa de atenção agora.

Antes e depois de organizar o processo

Depois de algumas semanas usando cadastro, rotina de follow-up e controle básico de estoque, Bianca sentia que trabalhava de forma diferente, mas não sabia exatamente o quanto havia evoluído. Marina sugeriu comparar o antes e o depois.

- BIANCA** Ainda tenho coisas para melhorar.
- MARINA** Claro. O que mudou?
- BIANCA** Agora tenho cadastro, rotina e sei meus produtos A.
- MARINA** Então você não precisa estar perfeita para reconhecer evolução.
- BIANCA** Vou escolher só três pontos para o próximo mês.
- BIANCA** Eu ainda tenho muita coisa para melhorar.
- MARINA** Claro. Mas olha o que deixou de acontecer: pedido perdido, cliente sem retorno, peça comprada sem registro.
- BIANCA** Quando vejo assim, a mudança foi maior do que eu sentia.
- MARINA** Organização não elimina trabalho. Ela faz o trabalho produzir informação para a próxima decisão.

DEPOIS DA CONVERSA

Bianca anotou três melhorias que já estavam funcionando e apenas duas prioridades para o mês seguinte. A revisão virou uma forma de reconhecer progresso sem parar de evoluir.

E VOCÊ?

O que no seu processo atual já funciona melhor do que há 30 dias?

LIÇÃO DA CENA

Demonstrar evolução.

FAÇA AGORA Faça o checklist final sem tentar "acertar". Use-o para decidir o próximo passo.

Próximos passos

O valor deste book aparece quando uma ideia vira comportamento repetido.



NESTE CAPÍTULO

- transformar conteúdo em ação
- manter aprendizado
- usar Aquila como apoio

Próximos passos

PRINCÍPIO 1

Escolha uma melhoria para esta semana. Use esse princípio como um filtro simples: antes de agir, pergunte se a decisão ajuda a cliente e se também faz sentido para o seu negócio.

PRINCÍPIO 2

Volte aos capítulos conforme a necessidade. Não é preciso aplicar de forma perfeita. Comece com uma regra simples, registre o resultado e ajuste conforme sua realidade e o comportamento das suas clientes.

PRINCÍPIO 3

Use Academy e materiais oficiais. O ponto central é transformar essa ideia em um critério de decisão. Quando você sabe o que procura observar, fica mais fácil agir com calma e explicar sua escolha para a cliente.

PRINCÍPIO 4

Compartilhe dúvidas com a equipe Aquila. Na prática, isso reduz imprevisto. Você passa a comparar situações parecidas e aprende com o que funcionou, sem depender apenas da memória ou da sensação do momento.

Na prática

- Defina sua ação de amanhã
- Marque revisão em 30 dias
- Escolha um capítulo para reler

O QUE FUNCIONA

- Ação pequena
- Revisão
- Continuidade

EVITE

- Esperar motivação
- Tentar aplicar tudo hoje
- Guardar o book sem executar

RESUMO EM 1 MINUTO

- comece por uma ação
- revise seu processo
- continue aprendendo
- use a Aquila como apoio

DICA AQUILA

A próxima cliente não precisa encontrar uma revendedora perfeita. Precisa encontrar uma revendedora atenta, preparada e confiável.

A próxima cliente começa hoje

Ao terminar o conteúdo, Bianca percebeu que tinha dezenas de ideias anotadas. A vontade era reorganizar tudo de uma vez, mas ela lembrou da principal lição da jornada: uma melhoria aplicada vale mais do que muitas intenções acumuladas.

- BIANCA** Eu poderia passar mais uma semana planejando.
- MARINA** Ou pode aplicar uma coisa amanhã.
- BIANCA** Vou começar pelos follow-ups e pela ficha de cliente.
- MARINA** Perfeito. O curso termina aqui, mas o trabalho começa na próxima conversa.
- BIANCA** A próxima cliente começa hoje.
- MARINA** Qual é a primeira ação, bem específica?
- BIANCA** Amanhã cedo vou retomar três clientes que ficaram sem próximo passo e atualizar as fichas depois de cada conversa.
- MARINA** Ótimo. E quando terminar?
- BIANCA** Escolho a próxima melhoria. Sem tentar refazer o negócio inteiro em um dia.

DEPOIS DA CONVERSA

Bianca fechou o material com uma lista curta para o dia seguinte. O fim do curso não precisava parecer uma conclusão; podia ser simplesmente o começo de uma rotina mais consciente.

E VOCÊ?

Qual é a única ação deste book que você vai colocar na agenda antes de fechar esta página?

LIÇÃO DA CENA

Fechar com ação concreta.

FAÇA AGORA Escreva a ação concreta que você fará amanhã antes do meio-dia.

Páginas para usar no dia a dia

Checklist - Estou pronta para começar?

- ☐ Tenho uma meta mensal
- ☐ Sei quanto posso investir
- ☐ Tenho cadastro de clientes
- ☐ Uso WhatsApp organizado
- ☐ Registro vendas e estoque
- ☐ Conheço o básico de Prata 925

Minha meta mensal

- ☐ Faturamento que quero buscar: R\$ _____
- ☐ Ticket médio atual: R\$ _____
- ☐ Número de vendas: _____
- ☐ Ação principal da semana: _____

Páginas para usar no dia a dia

Perfil das minhas 3 principais clientes

☐ Cliente 1: estilo / ocasião / faixa de valor

☐ Cliente 2: estilo / ocasião / faixa de valor

☐ Cliente 3: estilo / ocasião / faixa de valor

Meu mix inicial

☐ Clássicos: _____

☐ Novidades: _____

☐ Presentes: _____

☐ Complementos: _____

Páginas para usar no dia a dia

Checklist de fotografia

- ☐ Joia limpa
 - ☐ Lente limpa
 - ☐ Luz natural
 - ☐ Fundo simples
 - ☐ Foto de detalhe
 - ☐ Foto no corpo
 - ☐ Vídeo curto
-

Checklist de WhatsApp

- ☐ Foto e descrição profissional
 - ☐ Catálogo atualizado
 - ☐ Etiquetas
 - ☐ Status útil
 - ☐ Follow-ups registrados
-
-
-
-

Páginas para usar no dia a dia

Calendário de conteúdo

- ☐ Produto
 - ☐ Bastidor
 - ☐ Dica
 - ☐ Prova social
 - ☐ Oferta
 - ☐ Cuidados
 - ☐ Combinação
-

Ficha da cliente

- ☐ Nome / WhatsApp
- ☐ Cidade
- ☐ Aniversário
- ☐ Tamanho de anel
- ☐ Tamanho de pulseira
- ☐ Estilo
- ☐ Última compra
- ☐ Próximo contato

Páginas para usar no dia a dia

Controle simples de estoque

- ☐ Código / peça
- ☐ Entrada
- ☐ Venda
- ☐ Saldo
- ☐ Classificação A/B/C

Controle financeiro básico

- ☐ Vendas
- ☐ Custos das peças
- ☐ Despesas
- ☐ Recebido
- ☐ A receber
- ☐ Saldo para reposição

Páginas para usar no dia a dia

Produtos campeões / parados

- ☐ A - vende muito
- ☐ B - vende normalmente
- ☐ C - vende pouco
- ☐ Ação para itens C

Calendário anual de vendas

- ☐ Data
- ☐ Objetivo
- ☐ Produtos
- ☐ 30 dias antes
- ☐ 15 dias antes
- ☐ 7 dias antes

Páginas para usar no dia a dia

Planejamento semanal

- ☐ Atendimento
- ☐ Conteúdo
- ☐ Follow-up
- ☐ Estoque
- ☐ Financeiro

Checklist de pós-venda

- ☐ Confirmar entrega
- ☐ Perguntar satisfação
- ☐ Enviar cuidado
- ☐ Registrar retorno
- ☐ Definir próximo contato

Páginas para usar no dia a dia

Plano de 30 dias

- ☐ Semana 1: organizar
- ☐ Semana 2: fotografar e comunicar
- ☐ Semana 3: vender e acompanhar
- ☐ Semana 4: revisar

Plano de 90 dias

- ☐ Dias 1-30: ORGANIZAR
- ☐ Dias 31-60: VENDER
- ☐ Dias 61-90: CRESCER

Scripts para adaptar ao seu jeito

Use como ponto de partida. Personalize, mantenha contexto e respeite a resposta da cliente.

PRIMEIRA ABORDAGEM

Oi, [nome]! Separei algumas peças que combinam com o estilo que você costuma gostar. Quer que eu te envie três opções?

RESPOSTA DE PREÇO

Esse modelo está por R\$ _____. Se quiser, também posso te mostrar uma opção parecida em outra faixa para você comparar.

NOVIDADE

Oi, [nome]! Chegaram novidades e lembrei de você por causa daquele estilo delicado que você gosta. Quer ver duas opções?

Scripts para adaptar ao seu jeito

Use como ponto de partida. Personalize, mantenha contexto e respeite a resposta da cliente.

CLIENTE VISUALIZOU

Oi, [nome]! Passando só para saber se ficou alguma dúvida. Se quiser, separo alternativas em faixas diferentes para você comparar.

PÓS-VENDA

Oi, [nome]! Queria saber se deu tudo certo com sua peça e se você gostou. Se quiser, te envio um cuidado rápido para manter o brilho.

ANIVERSÁRIO

Oi, [nome]! Passando para te desejar um feliz aniversário. Que seu novo ciclo seja lindo! Se precisar de ajuda com algum presente ou peça especial, estou por aqui.

Scripts para adaptar ao seu jeito

Use como ponto de partida. Personalize, mantenha contexto e respeite a resposta da cliente.

PEDIDO DE INDICAÇÃO

Fico muito feliz que você tenha gostado. Se lembrar de alguém que também goste desse estilo, pode me indicar. Vou atender com o mesmo cuidado.

REPOSIÇÃO

Oi, [nome]! Aquele modelo que você tinha gostado voltou. Quer que eu te mande uma foto atual antes de eu divulgar?

PRODUTO CHEGANDO

Recebo esse modelo nos próximos dias. Se você quiser, posso te avisar assim que ele chegar para você ver com calma.

Scripts para adaptar ao seu jeito

Use como ponto de partida. Personalize, mantenha contexto e respeite a resposta da cliente.

POUCAS UNIDADES REAIS

Tenho poucas unidades desse modelo neste momento. Se você já estava decidida, posso verificar disponibilidade para você agora. Sem problema se preferir esperar.

CLIENTE ANTIGA

Oi, [nome]! Faz um tempinho desde nossa última conversa. Chegaram peças no estilo que você costumava escolher e lembrei de você. Quer ver?

PRESENTE

Claro! Para eu te ajudar melhor: é presente para quem, qual ocasião e em que faixa de valor você quer ficar?

Scripts para adaptar ao seu jeito

Use como ponto de partida. Personalize, mantenha contexto e respeite a resposta da cliente.

CONVITE SHOWROOM

Se você quiser conhecer as peças com calma, posso te orientar sobre o showroom da Aquila em Guaporé e o melhor canal para atendimento.

CUIDADO PRATA 925

A Prata 925 pode escurecer naturalmente. Vou te enviar o material oficial da Aquila com o cuidado indicado para você fazer com segurança.

PEDIDO DE TAMANHO

Para confirmar o tamanho, vamos usar uma medida de referência. Se você tiver uma peça que já usa, eu te explico como comparar com o guia correto.

A fórmula que evita mensagens robóticas

CONTEXTO + BENEFÍCIO + PERGUNTA

“Oi, Ana! Lembrei de você porque chegaram modelos delicados parecidos com aquele brinco que você levou. Quer que eu te envie três opções?”

NÃO USE

- “??”
- “Vai querer ou não?”
- urgência falsa
- mensagem em massa sem contexto
- insistência depois de uma recusa clara

PREFIRA

- pergunta simples
- opções relevantes
- liberdade para decidir
- informação útil
- tom natural

Aprenda vendo

Aponte a câmera do celular para o QR Code. Os links também ficam clicáveis no PDF.



Como limpar Prata 925

Cuidados básicos e recuperação de brilho.

[ABRIR VÍDEO](#)



Limpeza de peças delicadas

Atenção extra para anéis e peças menores.

[ABRIR VÍDEO](#)

Aprenda vendo

Aponte a câmera do celular para o QR Code. Os links também ficam clicáveis no PDF.



Prata escurecida

O que observar e como orientar.

[ABRIR VÍDEO](#)



Como medir pulseira

Referência visual para tamanho.

[ABRIR VÍDEO](#)

Aprenda vendo

Aponte a câmera do celular para o QR Code. Os links também ficam clicáveis no PDF.



Pulseira de berloque

Como orientar escolha de tamanho.

[ABRIR VÍDEO](#)

Canais Aquila



SITE



WHATSAPP



E-COMMERCE

Meu plano de 30 dias

Use esta página no papel ou escreva por cima do PDF em seu aplicativo de notas.

Minha meta principal: _____

Cliente que quero atender melhor: _____

Ação comercial desta semana: _____

Conteúdo que vou publicar: _____

O que vou medir: _____

MINHA REVISÃO

Dias 1-30 - ORGANIZAR

Use esta página no papel ou escreva por cima do PDF em seu aplicativo de notas.

Cadastro de clientes

WhatsApp Business

Estoque

Fotos

Meta e rotina

MINHA REVISÃO

Dias 31-60 - VENDER

Use esta página no papel ou escreva por cima do PDF em seu aplicativo de notas.

Contatos com contexto

Indicações

Conteúdo

Follow-up

Pós-venda

MINHA REVISÃO

Dias 61-90 - CRESCER

Use esta página no papel ou escreva por cima do PDF em seu aplicativo de notas.

Recompra

Parcerias

Ticket médio

Mix

Análise de produtos

MINHA REVISÃO

ENCERRAMENTO

Você não precisa fazer tudo de uma vez.

Escolha uma melhoria. Aplique. Observe. Ajuste. Repita. Uma revendedora profissional não é aquela que sabe tudo; é aquela que aprende, registra e cuida da experiência da cliente.

AMANHÃ, ANTES DO MEIO-DIA, EU VOU:

A próxima cliente começa hoje.



AQUILA ACADEMY

**Joias que encantam.
Parcerias que fazem negócios crescerem.**



aquilajoias.com

WhatsApp oficial: +55 54 9270-6368

Aquila Joias - Guaporé/RS