

Módulo 6

Estudo da técnica - Compras

Aula 25

- Etapa da Consultoria de Imagem
- Relação Compras x Mulheres
- Papel da Consultora de Imagem



Passo a passo de um atendimento com método MBV:



COMPRAS X MULHERES

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo



TIPOS DE COMPRADORAS

Vítimas da moda



Impulsivas



Não gostam de shopping/lojas



**Compradoras de última hora
("tenho uma festa amanhã")**



**Inseguras (seguem todas as
dicas das vendedoras)**

COMPRAS X MULHERES

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo

Possíveis Causas:

**Família e
amigos**

**Cultura,
sociedade,
classe
social**

**Mídias
Sociais**



**História de
vida**

**Indústria
da moda**



A Nova Consultoria **não**
julga a relação de
consumo de sua cliente

Papel da Consultora da Imagem da Nova Consultoria

**Amplia o
repertório de
lojas / marcas
que a cliente
compra**

**custo
x
benefício**

**Ajuda a identificar
necessidades /
momento de
compras**

**Usa a técnica para
com o mesmo \$
escolher a melhor
qualidade**

**Orienta como
comprar peças
que valorizem
seu corpo real.**

**Ensina cliente a
comprar com
inteligência**

Módulo 6

Estudo da técnica - Compras

Aula 26

- Consumo x Consumismo
- Sociedade do Consumo
- Cultura da acumulação
- Desejo de Consumo

CONSUMO X CONSUMISMO

Consumo: O que se utiliza; aquilo que é gasto; dispêndio: consumo de energia. Uso que se faz de bens e serviços produzidos.

Consumismo: Ato, efeito ou prática de consumir, de comprar em excesso. Paixão por comprar; tendência para comprar desenfreada e excessivamente. Sistema que se baseia ou é definido pela aquisição de bens de consumo.

CULTURA DA ACUMULAÇÃO

Cultura da acumulação

- Colonização Européia nas Américas
- Exploração para Enriquecimento e retorno à pátria mãe
- Cultura dos “espertos”

Cultura da escassez

- Guerras Europeias
- Grande valor a cultura

SOCIEDADE DO CONSUMO

Sociedade de consumo: Nome dado às sociedades de países industriais desenvolvidos, em que, estando as necessidades elementares asseguradas à maioria da população, os meios de produção e de comercialização são orientados para responder a necessidades multiformes, frequentemente artificiais e supérfluas.

Consumo consciente: Consumo responsável; parte de compradores mais atentos às implicações sócio-ambientais de seus hábitos de consumo.

Evita excessos e busca por marcas e fornecedores responsáveis, que em sua cadeia de suprimentos procurem reduzir o impacto social e ambiental de sua atividade econômica.

DESEJO DE CONSUMO

Desejo de Consumo: O comportamento do cliente é característico de suas decisões ao escolher consumir, e isso envolve todos exercícios mentais e emocionais, como também as experiências e avaliações naquilo que é oferecido.

Necessidade de Consumo: Comprar o que é preciso respeitando seu orçamento e padrão de vida.

→ **DESAFIO:** consumo excessivo favorece a economia.

Módulo 6

Estudo da técnica - Compras

Aula 27

→ Métodos MBV[®]: Experiência de Compras



Compras Inteligentes

- Experiência de compras, onde a cliente aprende a fazer compras inteligentes;
- Indicar seda e grifes caras não é CI;
- Indique a melhor qualidade para orçamento e prioridade da cliente;
- Trabalhe planejamento, momento da compra;
- Custo x Benefício;
- A ajude a pensar consumo para a própria vida.



IDENTIFICAÇÃO DE NECESSIDADES:

PASSO

Avaliação do
inventário > o
que possui



Estilo e
silhueta >
desejo de
imagem



**Lista de
compras**

Pesquisa de lojas

Seleção de lojas
dentro do orçamento
e prioridades da
cliente

PASSO

Experiência de Compras:

- Análises técnicas na compra
- Validação da compra
- Ajustes, se necessário

Módulo 6

Estudo da técnica - Compras

Aula 28

→ Critérios e Avaliações nas Compras



Lista de compras

Não deixe de incluir peças de acabamento, como acessórios, cintos, que normalmente as clientes tem dificuldade de comprar.

- Modelagem;
- Famílias de cores;
- Lisos / estampados;
- Tipos de tecidos;
- Função.

Pesquisa e definição das lojas

É interessante a CI ampliar o repertório de lojas que a cliente compra, respeitando seu orçamento e prioridades de consumo. Ajuda a variar modelagens e tecidos que a mesma possui no armário, quebrar padrões de consumo.

Pesquise novas marcas / lojas:

- Sites de shoppings;
- E-commerces multimarcas;
- Redes sociais;
- Revistas;
- Feiras de moda.

Análises técnicas da compra

Caimento:

1. Peça x corpo da cliente
2. Valoriza proporções corporais

GUIA DO CAIMENTO

https://docs.google.com/document/d/1QKWH1bK1zrKMmQRITISkI4TiwE_65p7T_k3CT5vZnEQ/edit

Análises técnicas da compra - Qualidade

O que faz a roupa ser boa não é seu preço alto, sim sua qualidade.

design + modelagem + matéria prima +
acabamento = Qualidade

Como avaliar qualidade:

- Toque
- Tecidos e materiais, a composição da peça. No caso de roupas, veja etiqueta interna avaliando tecido da peça e de seu forro.
- Acabamento, veja costuras firmes e retas, botões, fechos, interior da peça, encontro de costuras

O armário "ideal" deve conter um mix de tecidos que funcionem para o Estilo cliente, que incluir personalidade, objetivos e estilo de vida. E a melhor compra é que empenha da melhor forma o orçamento da cliente.

No mercado há uma variedade de materiais, por isso conheça-os ou pesquise sempre que necessário.

Todo tecido é feito de fibras, e essas fibras podem ser:

- Naturais = encontradas prontas na natureza, algodão, linho, seda, lã, couro, camurça, cachmere;
- Artificiais = produzidas quimicamente com matérias primas naturais (principalmente da celulose), viscose, cupro, tencel, liocel e acetato;
- Sintéticas = produzidas pelo homem com matérias primas não naturais (principalmente petróleo), tipo poliéster, poliamida, acrílico, nylon e elastano

Há também de se avaliar se o tecido é plano, estruturado ou maleável, peças em malha, com elastano na composição.

Tecidos e Materiais - Roupas

Para sapatos, bolsas, cintos quando em couro natural são mais caras, duráveis e elegantes.

Artigos de couro sintético, tem menor preço, mas desgastam muito rápido.

Já bijus e jóias, pedras e metais quanto mais nobre e mais puro, mais custam e mais sofisticam o look. Neste caso, o design das peças também tem valor!

- Sapatos, bolsas, cintos: couro sintético, couro natural, tecido
- Jóias: metal, pedra preciosa, pérolas, semi precioso
- Bijuterias: acetato, borracha, madeira, corda, missanga

Tecidos e Materiais - Acessórios

Naturais:

- Mais elegantes, pois são mais nobres;
- Mais frescos, pois são mais respiráveis através da fibra;
- Mais caros, pois são mais custosos em termos de recursos da natureza para produção;
- Mais duráveis, quando bem cuidados;
- Mais trabalhosos de serem cuidados, geralmente Precisam de lavagem manual ou à seco e passagem com muito cuidado.

Artificiais e Sintéticos:

- Mais quentes;
- Mais baratos;
- Mais poluentes;
- Menos duráveis;
- Podem guardar odores, pois não deixam o corpo respirar;
- Mais fáceis de cuidar, secam mais rápido e não amassam.
- Mais informal

Tecidos e Materiais - Efeitos

Plano, Estruturado:

- Mais formal;
- Mais sério;
- Mais sofisticado;
- Marca menos as formas do corpo
- caimento mais reto.

Maleável, desestruturado:

- Mais confortável;
- Mais informal, casual;
- Mais descontraído;
- Marca mais as formas do corpo.

Tecidos e Materiais - Efeitos

Critérios de escolhas, baseado no Estilo + Silhueta:

- Conforto;
- Clima;
- Elegância / formalidade;
- Modelagem;
- Manutenção;
- Valor.

Tecidos e Materiais - Escolha

→ **Preço da peça > qualidade**

Se a qualidade da peça vale aquele preço.

Ex: no mercado da moda brasileiro atual, uma blusa de 100 reais é cara se for de polyester, preço ok se for de algodão / viscose e barata se for de seda.

→ **Preço da peça / usos da cliente = preço por uso**

Vale a pena colocar mais investimento em peças de maior uso.

Ex: blusa de 100 reais usada 2x ao mês por 5 anos > preço por uso = 0,83 centavos por uso

Blusa de paetês de 100 reais usada em 1 festa > preço por uso = 100 reais por uso

Análises técnicas da compra - Custo e Benefício

Validação da compra

Hora de verificar se de fato foi uma boa compra diante do armário. Se necessário, fazendo uso do prazo de devolução / troca.

Importante verificar a versatilidade da peça, possíveis combinações / usos da peça, bem como proporções do armário.

Se a compra foi on line, também é o momento de verificar o caimento.

“o melhor provador do Mundo é nosso armário”

Marcia Crivorot, Personal Shopper e facilitadora do ICI

Versatilidade

1x3

Uso das
Peças: 1 peça 3
ocasiões
distintas.

1x5

Proporção de Peças
no armário como um
todo: 1 parte de baixo
para 5 de cima

* Partes de cima sujam
mais, aparecem mais,
gastam mais.

Versatilidade

Varie:

- Formalidade: casual, formal, trabalho, fim de semana
- Clima: verão, inverno, meia estação
- Coordenações: cor, estampa, textura, camada, acabamentos (cinto, acessórios, lenços)



Ajustes

Ajustar a peça para o corpo da cliente faz parte da compra, inclusive da conta de custo x benefício.

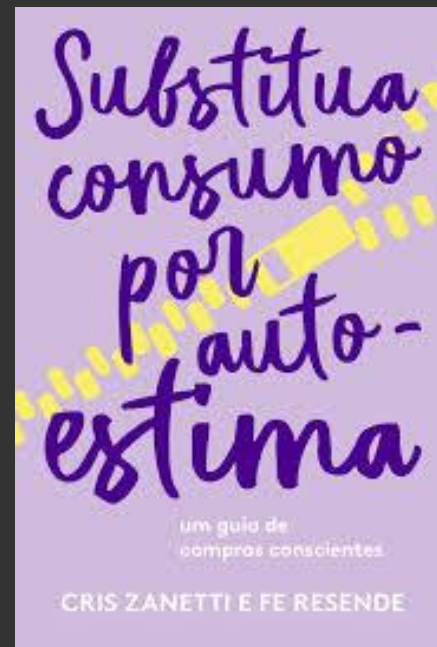
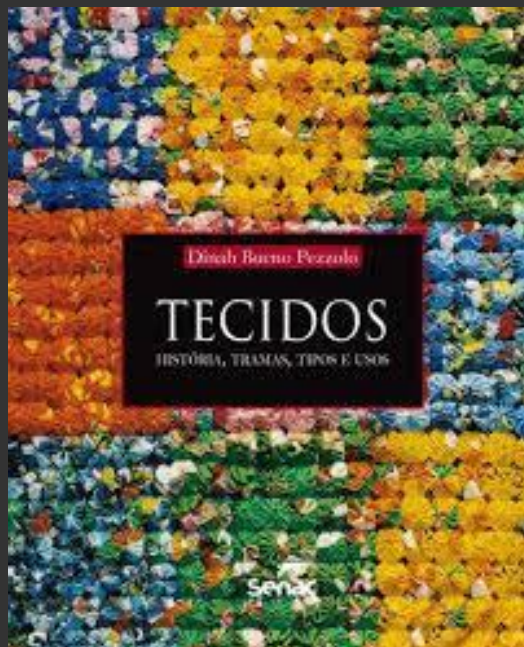
Ajude a cliente a identificar necessidade e indique prestadores de serviços, costureira, sapateiro, se necessário

- Ajustar o comprimento das mangas.
- Fazer a barra.
- Mover ou substituir os botões
- Fechar decote
- Ajuste na alça da bolsa



Bibliografia sugerida Módulo 6

A NOVA CONSULTORIA
de imagem e estilo



Exercícios

→ Reforçar aprendizado do módulo 6:

Apresentar sua revitalização do seu armário para sua dupla montar sua lista de compras.

Copyright© 2020 de FF Studio Treinamentos e Consultoria Eireli, CNPJ 26.125.860/0001-45
Os textos e o projeto gráfico são de propriedade intelectual de Fernanda Fuscaldo.
Todos os direitos estão reservados.

Nenhuma parte deste material, em especial seus textos, pode ser reproduzida ou transmitida por qualquer outra forma ou por nenhum meio sem a permissão expressa e por escrito da citada empresa, exceto pelo uso de citações breves que estejam adequadas à NBR 10.520, da Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT.

A reprodução deste material, seja em partes ou no todo, está sujeita às penalidades previstas na Lei Federal n. 9.610/1998, que regulamenta os direitos autorais no Brasil.