

CURSO DE EXCELÊNCIA DO ATENDIMENTO



NOVO MILÊNIO

Apostila 9

MARKETING APLICADO À ÓPTICA



OPTISOL
INDÚSTRIA ÓTICA

MARKETING APLICADO À ÓPTICA

Índice

Introdução	02
O que é Marketing	03
Do Cliente	03
Mas, afinal o que é Marketing	03
No papel do vendedor na Óptica: Orientador	04
Códigos de apresentação pessoal	05
Reconhecendo os Clientes: Qual é mesmo o estilo dele?	06
Só bons profissionais de óptica podem mudar isso	06
Existem sete estilos diferentes de se vestir. Agora, vamos conhecê-los	06
E a estética	07
Meu rosto é oval ou redondo	07
Regra máxima	07
Evite sobreposição de formas!	07
Rosto oval	08
Rosto triangular	08
Rosto redondo	08
Rosto quadrado	08

O Vendedor como Orientador de Imagem



Claudia Cunha

Formada em Comunicação Social pela PUC-SP, com especialização em Varejo e Gestão Empresarial pela ESPM-SP, Claudia Cunha atuou nos últimos anos no varejo de óptica (Fotoptica Ltda) e também na Indústria de Moda (São Paulo Alpargatas).

No segmento de óptica acumulou conhecimento participando das principais feiras internacionais da moda em óptica (Paris, New York, Milão e Hong Kong) e através de relações comerciais com líderes da indústria óptica no Brasil e outros países. Durante o período em que atuou na Fotoptica liderou a área de desenvolvimento de produtos e gestão de marcas para óculos de sol e armações. Atualmente é sócia diretora da Espectro Consultoria em Marketing, atuando em projetos de marketing de produtos de moda.

O Que é Marketing

Nosso objetivo é compreender marketing de forma ampla. Durante muito tempo marketing foi confundido com algo superficial, uma área com certo glamour, cheia de profissionais felizes e criativos, mas que muitas vezes se resumia à pura "enganação" que faz vender mais.

Ainda hoje em alguns casos, o cliente experimenta um novo produto "porque viu na televisão", por alguma razão não gosta do produto e sai dizendo por aí: "comprei, não gostei, era puro marketing". Imaginem! Justo a atividade que tem por razão de existir a "satisfação do cliente" sendo vista como o pivô de puro descontentamento e insatisfação de quem?

Do **CLIENTE!**

Essa confusão sobre a definição de marketing já foi curiosamente chamada de Astigmatismo em Marketing. Referia-se exatamente a esta "visão distorcida" que muitas pessoas têm sobre o assunto. Muito se confunde a doutrina do marketing com suas ações isoladamente.

É o marketing compreendido apenas como uma atividade de apoio a vendas, como organização de eventos, como produções de anúncios que vão para jornais, tv's e revistas. Esse conjunto de percepções confunde o que é secundário com o que é mais importante nisso tudo: a "estratégia" que vai orientar realmente seu negócio e seu modo de atuar profissionalmente.

Por isso, quando o assunto é marketing há muito o que dizer. E APRENDER.

Do atendimento ao produto, do comportamento do cliente ao jeito como a loja está arrumada para recebê-lo, das formas de se comunicar com o Cliente às ofertas de preço e prazo.

Enfim, são vários os conhecimentos e cuidados que devemos ter quando o assunto é Marketing.

O Marketing é uma ferramenta de negócios tão eficaz que é aplicada de diversas formas, em vários segmentos, desde a nossa vida pessoal até os mais importantes modelos de negócios.

Mas, afinal, o que é MARKETING?

Marketing é, essencialmente, compreender o mercado e tornar eficiente e mutuamente lucrativa a relação entre a oferta de uma empresa e a demanda de seus Clientes. Em outras palavras, é compreender o que a "clientela" quer e atendê-la de forma única, eficiente, inesquecível.

Ótimo desafio, não? Então, mãos à obra!

A óptica é dos poucos segmentos que combina duas áreas tão distintas: **saúde e estética**.

Partindo desse conceito, podemos dizer que quando o Cliente procura uma óptica, sua expectativa é que lá ele encontre profissionais com conhecimentos específicos também sobre estes assuntos, muito além de ótimos vendedores.

Os conhecimentos que envolvem a área de saúde são os conhecimentos de física óptica, ou simplesmente chamados de conhecimentos "técnicos em óptica".

Além do conhecimento técnico, o Cliente também quer hoje saber sobre Estética. Conhecer sobre moda, sobre o que combina melhor com um estilo ou outro também exige técnica!

Se para fazer marketing é necessário conhecer bem o Cliente, compreender o mercado e tornar a relação entre empresa e consumidor lucrativa, vamos também conhecer técnicas de estética que lhe acrescentarão conhecimentos e poderão tornar o seu atendimento muito especial.

O Novo Papel do Vendedor na Óptica: Orientador

E, mais importante de tudo, o Cliente gosta de receber este tipo de orientação.

E como gosta! Os óculos durante muitos anos foram vistos como símbolos de intelectualidade e sabedoria e agora ultrapassaram essa barreira: hoje são vistos como poderosos acessórios de moda e como outros produtos de moda, ajudam na auto-estima, são capazes de trazer bem estar e até segurança.

Não há nada mais gostoso do que usar um produto de moda, sejam os óculos ou um jeans, com os quais a gente se sente confortável e com aquela sensação boa de que está tudo perfeito! Felizmente, a moda tem esse poder de nos transformar, trazendo sensações incríveis.

Este é o novo papel do vendedor em óptica: **orientador**. E, para exercer este novo papel com maestria, nada mais justo que conhecer, informar-se, preparar-se de verdade para ser um conselheiro de seu Cliente!

Códigos de Apresentação Pessoal

Higiene: banho proporciona mais disposição; Descansa e energiza corpo e mente.

Postura: modo de andar, falar, caminhar; procure fazer exercícios de respiração durante o dia: expire, inspire – profundamente.

Códigos do Vestuário: evite muitas cores; use acessórios discretos; a idéia é não desviar a atenção de seu Cliente de seus olhos, o velho e bom “olho no olho”. Nesse sentido, os óculos levam vantagem, pois “ajudam” a chamar mais atenção para a área dos olhos! Use-os! E abuse deles!

Cigarro: nem todo mundo gosta! Lave SEMPRE as mãos após fumar e nunca fume na frente de seus Clientes.

Unhas: sempre limpas, curtas, bem tratadas. Se usar esmaltes, prefira os claros e neutros; vale para ELES também!

Boca: atenção ao hálito, que deverá estar sempre fresco; tenha balas à mão, prefira as do tipo “sem açúcar”; evite mascar chicletes, pois nem todo mundo gosta de ficar acompanhando aquele quase incontrolável movimento dos lábios!

Pele: sempre limpa e hidratada; desenvolva o hábito de lavar o rosto e hidratar a pele 2 ou 3 vezes ao dia, mesmo durante o trabalho. Renova e reativa as energias!

Maquiagem: leve, discreta. Uma boa dica é usar apenas uma “cobertura” que deixe a pele com textura e cor uniformes, só destacando discretamente olhos e boca. Vale para “eles” também!

Mantenha a conversa em tom social: no mínimo, um fala e o outro ouve.
Evite assuntos pessoais ou polêmicos durante a conversa.

Uniformes: é a cara da “empresa”, não de quem o usa. Portanto, se você usa um uniforme e por alguma razão não gosta muito dele, relaxe! Seu Cliente não sabe disso e não tem nada a ver com este problema. Procure expor sua opinião a respeito do assunto direto na empresa, sempre de forma cordial e construtiva e, enquanto nada muda, “vista a camisa da empresa”, literalmente! É só mais um “código” de vestuário, que não deve interferir no seu humor e profissionalismo.

Reconhecendo os clientes: Qual é Mesmo o Estilo Dele?

Estilo é diferente de moda. Moda é quase uma imposição do mercado, influenciado pela cultura, comportamentos etc. Estilo expressa o que somos individualmente e como nos relacionamos com o mundo a nossa volta.

Para identificar o estilo de um cliente é preciso analisar o estilo de vida que ele leva. O uso de produtos de moda, roupas e acessórios, incluindo os óculos, refletem o estilo de vida do cliente.

Muitas vezes, por falta de conhecimento, um cliente que já está bem resolvido com as escolhas de suas roupas, acaba optando por óculos que não têm nada a ver com seu estilo. Assim, acaba ficando com a idéia de que os óculos são apenas instrumento de correção visual e não vê a hora de se livrar deles.

Só bons profissionais de óptica podem mudar isso!

Vamos imaginar 2 mulheres famosas: Cláudia Raia e Marília Gabriela, que têm estilos completamente diferentes.

Marília é intelectual e elegante, Claudia é glamourosa, sensual e sexy. É quase impossível imaginar uma usando roupas e acessórios da outra. Elas já conquistaram uma "marca pessoal" com seus estilos

Existem sete estilos diferentes de se vestir. Agora, vamos conhecê-los.

Esportivo: é a forma mais prática de se vestir e, nesse caso, não tem nada a ver com "praticar esportes". Tudo combina com tudo e a qualquer hora.

Elegante: é aquele que não é "careta", mas também não gosta de exageros. Tem aparência impecável, sem seguir "modismos", às vezes aparenta até certa distância.

Gosta de investir em peças bonitas, duráveis e, sobretudo, de boa qualidade.

Nunca está nem de mais, nem de menos: tudo parece perfeito. É um estilo apropriado para diversas ocasiões, mas muitas vezes pode chegar a intimidar os outros, tamanha perfeição. Óculos de sol em acetato, grandes, no melhor estilo Jackie Onassis ilustram bem este estilo.

Tradicional: este invoca muito respeito e conservadorismo. Clientes de estilo tradicional têm um ar muito sério e rígido, além de um tanto recatado. O maior problema de quem adota o estilo tradicional é que os anos passam e parece que a pessoa está sempre igual, com aparência monótona e antiquada. As clássicas armações "para senhor e para senhora", como são conhecidas na óptica são bons exemplos para este estilo.

Sexy: muito carisma e exuberância, bastante atenção ao corpo, é o estilo de quem foi feito para brilhar de forma glamourosa e sensual. Em geral, o cliente de estilo sexy é muito seguro de si e precisa de uma boa dose de bom senso. A cor vermelha é um ícone deste estilo.

Dramático: é um visual exagerado, moderno, que chama a atenção. É o estilo de quem gosta de um drama com o próprio visual e gosta de ser o centro das atenções. O dramático, em geral, adora óculos de visual pesado, bem marcante no rosto.

Criativo: para quem tem esse estilo, moda é arte. Muito exótico, vale tudo na hora de criar seu próprio visual, misturando texturas, cores, formas. Não se encaixa em padrões conservadores. Óculos em formatos inovadores são os preferidos dos criativos.

Romântico: de aparência delicada, fresca, leve. A aparência é sempre muito distinta e gentil. Óculos de formas e cores suaves dão o tom para o estilo romântico.

E a Estética

Meu rosto é oval ou redondo?

Quando o assunto é ESTÉTICA em óptica, muitos fatores são considerados para a indicação dos óculos ideais. E precisa de muita técnica em estética para que o resultado seja perfeito.

Há técnicas de estética para aplicação em lentes, por exemplo, para que não fiquem grossas demais, técnicas de uso e aplicação de cores conforme tons de pele e cabelos e tantas outras como dimensões do nariz, um dos mais

importantes pontos de adaptação de óculos no rosto, o desenho das sobrancelhas, as tomadas de medidas do campo visual.

Outra técnica também utilizada em estética em óptica é a do formato de rosto. Esta é uma técnica que chama muito a atenção dos "clientes". É muito comum o cliente ser curioso sobre o que combina melhor com seu rosto. Digamos que é a técnica mais simples, do ponto de vista do CLIENTE, a mais fácil de ser compreendida.

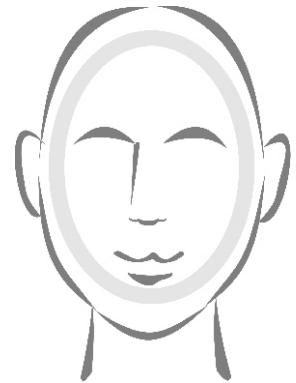
Regra Máxima

Evite sobreposição de formas!

Se o rosto é redondo, evite um aro redondo, por exemplo. A menos que seu Cliente queira ressaltar seu formato de rosto. Em geral, as pessoas buscam "suavizar" seu formato de rosto e preferem o que se chama de "equilíbrio de formas".

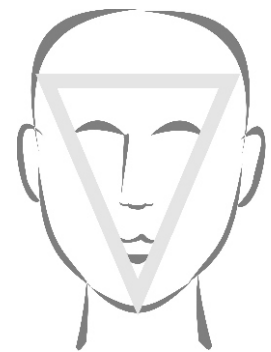
ROSTO OVAL: é o mais comum e também o mais fácil de adaptar óculos. É um formato de formas já equilibradas, que não tem linhas curvas tão marcantes e também não há muitos ângulos na face.

Dica: Ressalte os pontos fortes do rosto como olhos e boca, por exemplo. Fica bem com todos os formatos.



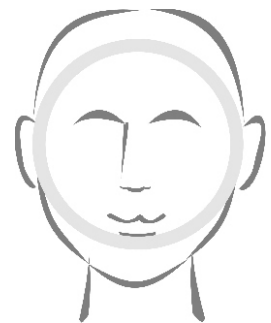
ROSTO TRIANGULAR: é o tipo de rosto que apresenta proporção maior ou menor em uma das extremidades, testa ou queixo. Se a proporção for maior na parte superior, indique aros com detalhes que chamem atenção para a parte inferior.

Dica: Hastes invertidas e rebaixadas costumam ficar muito bem em quem tem esse tipo de rosto. No caso contrário, se a parte inferior for maior, toda atenção fica para baixo. O objetivo é ressaltar a parte de cima, mais próxima à testa. Fio de nylon embaixo e cores diferentes no aro superior são escolha certa.



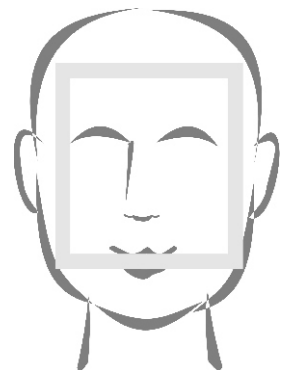
ROSTO REDONDO: testa e queixo bem pronunciados, com curvas acentuadas.

Dica: Busque formatos que definam mais ângulos à face, peças com design em linhas retas são um ótimo recurso.



ROSTO QUADRADO: este tipo de rosto é caracterizado por uma linha reta que une queixo e mandíbulas pelas laterais, definindo ângulos bem marcados.

Dica: Aros com linhas levemente circulares ficam muito bem para quem tem esse tipo de rosto, pois suavizam os ângulos da face. Para as mulheres, as armações do tipo gatinho são escolha certa! E ficam um charme, muito exóticas.



Você é o mais importante "cartão de boas vindas" para seu cliente.

Agora que você conhece um pouco mais sobre marketing e algumas ferramentas de aplicação em Óptica, faça você mesmo a sua avaliação de estilo e estética.

Valorize-se sempre, constantemente!

Sucesso!