



DICAS
PARA SER UMA

Consultora de Imagem

DE SUCESSO



SOBRE O EBOOK

Neste ebook você encontra **dicas valiosas** para dar os primeiros passos no mercado de Consultoria de Imagem. São informações pensadas para **pessoas que buscam empreender**, que visam **mais autonomia** de seu tempo e que, principalmente, querem **fazer a diferença** na vida das pessoas.

Confira os 5 tópicos abordados:

AS ETAPAS DO ATENDIMENTO NA CONSULTORIA DE IMAGEM

SOBRE A FORMAÇÃO

ONDE TRABALHAR COM CONSULTORIA DE IMAGEM

COMO CONQUISTAR CLIENTES

COMO VENDER NAS REDES SOCIAIS



Ecole Supérieure de Relooking

A **Ecole Supérieure de Relooking** foi fundada em Paris, berço mundial das artes, da cultura, cidade que abraça estilos diversos. A Ecole carrega a autenticidade e a paixão pelas pessoas na essência.

Especialista em cursos e formações relacionados a imagem pessoal, psicologia e empreendedorismo, reúne expertise, técnicas e metodologias diferenciadas, multiplicando em cada aluno o que carrega como maior crença: **olhar as pessoas pela sua essência e traduzir pela imagem um reflexo genuíno do que são.**

#Ser para vestir





AS ETAPAS DO ATENDIMENTO NA CONSULTORIA DE IMAGEM

AS ETAPAS DO ATENDIMENTO NA CONSULTORIA DE IMAGEM

Uma das principais dúvidas sobre Consultoria de Imagem, tanto para quem quer trabalhar na área, quanto para quem quer contratar os serviços, é sobre as etapas envolvidas no processo.

É importante dizer que é possível flexibilizar para mais ou menos encontros, dependendo da necessidade do cliente. Existe diferença entre Consultoria de Imagem com técnicas de Coaching e Personal Stylist. Aqui na Ecole Supérieure de Relooking, você poderá trabalhar em ambas atuações, mas é importante salientar que as etapas de atendimento são diferentes entre elas.

Vamos começar falando do processo de “Consultoria e Coaching de Imagem”. Nesse caso, das duas atuações citadas, esta é com certeza a forma que mais envolve tempo e processos. Isso porque a entrega final, além da montagem de looks e soluções de imagem, é o ganho de autoestima e autoconhecimento. No processo, toda a formatação de atendimento como um todo é fundamentada nas técnicas de Coaching.

Se formos falar em etapas, na Consultoria e Coaching de Imagem temos um atendimento bem mais profundo e maior. Vamos a elas:

Entrevista de Coaching

Nesta, que é a primeira etapa do processo de Coaching de Imagem, através das técnicas de Coaching apropriadas, tem-se dois resultados: a definição do objetivo ou objetivos de imagem e o entendimento de forma detalhada e sem julgamento da rotina de vida da cliente. Só assim temos uma construção e solidificação de imagem personalizada, que vai comunicar o que a cliente precisa e quer.

Cores

Na segunda etapa, falamos de cores. E, na nossa metodologia, trabalhamos em quatro pilares: a cartela de cores do cliente, que corresponde às cores que reagem melhor próximas da pele (testagem através do método sazonal expandido); harmonias de cores no looks; significado de cores adequado às situações de vida; objetivos de imagem, e, ainda, um método exclusivo, chamado teste de “cores de essência”. Parte dessa etapa a consultora faz sem a presença da cliente, quando está montando “o plano de ação” para a proposta de construção da imagem.

Etapas de Estilo

Esta sessão é focada em identificar os estilos do cliente. Todos temos estilos (podendo ser até 3, no total). Eles são a tradução da nossa personalidade nas nossas escolhas externas. É muito importante, em um processo sério e duradouro, na construção de uma imagem crível, que possamos respeitar os estilos de essência do cliente. Cada estilo tem seus valores de vestimenta e imagem. Ignorar esses valores na nova proposta de imagem é o mesmo que deixar o cliente caricato, sem identidade.

Morfologia

Nesta, que é a última etapa “teórica” do processo, vamos analisar a estrutura física do cliente a partir de dois aspectos: a ossatura, que chamamos de arquitetura do corpo, e as particularidades e complexos. Isso porque, através dessa análise e recursos óticos de imagem – linhas, cores, formas, acessórios, etc. -, é possível termos uma silhueta harmônica, o que favorece muito a comunicação de imagem como um todo.



Depois desses quatro passos mais teóricos, digamos assim, vamos para a parte prática do processo. Com as informações acima, o Coaching de Imagem consegue montar um “plano de ação” para construir a imagem adequada que comunique fielmente o que a cliente deseja, na sua rotina, de acordo com as diferentes situações e necessidades.

Triagem e seleção de peças

Nesta etapa, a consultora faz a seleção de peças, com base no plano de imagem montado para o cliente. Podem haver peças que necessitem de reforma, peças que não comuniquem o desejado e peças que precisem ser re combinadas em looks antes não pensados.

Montagem de looks

É quando a consultora elabora os looks de fato. É importante que o cliente vista as peças e que se registre cada look para a montagem do dossiê.

Compras

As compras acontecem quando - e se - necessário. É preciso ter um planejamento, uma lista de compras assertiva e baseada numa necessidade real, além de imagem de referência e pesquisa prévia em lojas.

Cabelo/ Make

O consultor de imagem pode ter um parceiro visagista e propor à sua cliente, se necessário, uma etapa de mudança para cabelo e maquiagem diários. Não será sempre necessária essa etapa (assim como a das compras).

A quantidade de sessões para esse processo completo depende de vários fatores: desde o ritmo da consultora e da cliente, até os objetivos levantados e a quantidade de peças no guarda roupa.

Já para o processo de Personal Stylist as etapas são mais breves e objetivas, pois se trabalha com uma ação mais pontual. Refere-se à uma situação específica.

Pode ser: uma vestimenta para uma festa, um look para uma reunião importante, ou algo similar. Nesse caso, priorizamos mais o “externo”, consideramos a ocasião, o dresscode necessário, o tipo físico, uma mala para uma viagem , etc. Para o processo de personal stylist, as etapas são:

**Entrevista breve para
identificar a necessidade
e estilo da cliente**

Cores (opcional)

Morfologia

**Montagem
de looks**

**Compras (opcional) -
quando solicitado ou a
cliente sentir necessidade**

Aqui na Ecole, defendemos muito a realização de todo o processo de Consultoria e Coaching de Imagem, por ser transformador. O processo feito em etapas, com intervalo de uma semana, permite consistência, reflexão e desenvolvimento.

Claro, falamos aqui de etapas considerando o processo completo, mas é possível a flexibilização e desmembramento em pacotes menores, dependendo da demanda do cliente.

A dica de ouro: enxergue o processo de Consultoria e Coaching de Imagem como algo flexível. O desenvolvimento do cliente em relação ao aprimoramento da sua imagem é o mais importante. O consultor estar aberto para acolher e acomodar essas necessidades é fundamental para o resultado final de sucesso.





SOBRE A FORMAÇÃO

SOBRE A FORMAÇÃO

Muitas pessoas perguntam sobre a nossa formação em Consultoria e Coaching de imagem. Pois bem, vamos explicar tudo para vocês.

A nossa formação é intensiva, e capacita os alunos a atuarem como Consultores e Coaching de imagem e Personal Stylist.

Nós somos hoje a melhor escola do segmento, reconhecida pelo RNCP (um órgão avaliador, parecido com o MEC aqui no Brasil), e temos a certificação no melhor nível, entre as escolas do segmento na Europa. Aqui no Brasil, nós somos uma extensão da Ecole de Paris, por isso temos o mesmo conteúdo, metodologia, materiais, diferenciais e atualizações direto da Europa.

A Formação oferece todos os pilares e materiais necessários para essa atuação, com o diferencial de muita prática agregada ao processo. Além das alunas atenderem entre si durante as aulas, no último dia acontece um atendimento a uma cliente voluntária para que a aluna vivencie o realidade de um atendimento, sentindo-se assim mais segura para o mercado de trabalho.

Uma pergunta constante que temos por aqui: “Mas é possível, em uma semana, eu estar pronta para uma nova profissão?”

Respondemos com toda a segurança, que é muito pautada inclusive pelos retornos que temos das alunas: definitivamente é possível. As técnicas e a metodologia de atendimento, além de um conteúdo muito aprofundado, são entregues nessa semana, e a aluna é instruída para praticar para ter um desenvolvimento bem embasado pós formação.

Entre os nossos diferenciais, estão as técnicas de Coaching agregadas ao processo. E isso é importante porque acreditamos muito que o aprimoramento da imagem precisa ser pautado pelo autoconhecimento. Não é à toa que nossa filosofia é “Ser Para Vestir”.

No primeiro dia de aula, além de aprendermos sobre as diferentes atuações e o histórico da profissão, nos aprofundamos nas técnicas de Coaching que podem pautar todo o processo.

Nesse dia, trabalhamos o questionário de Coaching, que talvez seja a etapa mais importante e com toda certeza crucial para um atendimento personalizado, focado nos objetivos do cliente. Afinal, é isso que realmente importa.

A etapa das cores, na nossa metodologia, contempla diferentes pilares - todos muito importantes para o processo. Temos o teste de cores para identificar aquelas que fazem a pele reagir da melhor forma, sendo indicado para peças que fiquem próximas ao rosto (utilizamos aqui com método sazonal expandido).

Trabalhamos com o significado das cores e usamos a favor da comunicação da imagem nas diferentes situações da nossa cliente. Ainda, as harmonias de cores – que são as combinações entre elas no mesmo look – são estudadas também nesta etapa.

Além disso, temos nossa exclusividade, uma metodologia inovadora, que é o teste de “cores de essência”, com um resultado incrível e importante para o processo de autoconhecimento.



No terceiro dia, falamos sobre estilos. Os estilos são uma tradução da nossa personalidade nas escolhas externas de imagem. As pessoas podem ter até três estilos - e a importância do consultor e da própria cliente se apropriarem deles é que esses valores precisam ser respeitados acima de tudo.

É muito importante para que o resultado do processo seja genuíno, duradouro e, acima de tudo, não deixe uma imagem caricata e desconexa.

Depois, falamos em morfologia. Nessa parte, a estrutura do corpo é analisada de acordo com ossatura, as particularidades e possíveis complexos, além dos pontos fortes. Através dos elementos de design, é possível equilibrar a silhueta, ressaltar pontos positivos e disfarçar pequenas imperfeições.

Mas, acima de tudo, uma silhueta harmônica é importante para potencializar ainda mais a intenção de comunicação da imagem pessoal.

Ainda, nas aulas, falamos sobre estruturação de dossiê e proposta de trabalho, linguagem não-verbal da vestimenta, consultoria para o público masculino, recursos e metodologia para estruturação das informações do clientes, mercado de trabalho e possibilidades de atuações, tecidos, glossário da moda, entre diversos outros temas.

Além disso, nossas alunas saem com possibilidade de conteúdo adicional através da nossa área restrita do site e acesso a um programa de valorização e incentivo no mercado chamado "Eu sou Ecole". Mas o melhor de tudo é o fato da gente conseguir realmente preparar as alunas para a atuação no mercado e ter o feedback de que, em pouco tempo, é possível, sim, já ter clientes e realização.

Ainda, podemos perceber que a nossa principal entrega para o mercado de trabalho está completamente ajustada ao nosso propósito: desenvolver e aprimorar as pessoas através da imagem.

Promover uma aprimoramento que vai além da imagem externa. Perceber que as nossas alunas conseguem vivenciar nas suas clientes o #serparavestir é o que nos faz perceber que estamos no caminho certo. Estamos formando profissionais com um entrega realmente significativa.

INCREVA-SE AGORA NA FORMAÇÃO DE
CONSULTORIA E COACHING DE IMAGEM

por apenas **6x de R\$900,00** ou **5% à vista.**

QUERO ME INSCREVER





**ONDE TRABALHAR
COM CONSULTORIA
DE IMAGEM**

ONDE TRABALHAR COM CONSULTORIA DE IMAGEM

Uma pergunta frequente, tanto das alunas em sala de aula, quanto de quem pensa ter a profissão de Consultor de Imagem é: como trabalhar na área? Quais as infinitas possibilidades do mercado? É possível “se sustentar” com essa profissão?

As possibilidades são muitas e crescentes. A Consultoria de imagem é uma profissão relativamente nova, ainda mais se formos falar de Brasil. Isso pode ser visto por um lado positivo, pois ainda temos muito a explorar nesse mercado. Melhor ainda é que a gente já está “passando da fase inicial”, na qual o público em geral não sabe do que se trata a consultoria e o que ela oferece.

Já temos bastante conteúdos, cases, relatos experiência e profissionais qualificados no mercado. Quando desmembramos as entregas da consultoria, pensamos nos benefícios e ganhos e ampliamos a nossa visão de mercado. As possibilidades, então, são realmente muitas. Vamos a algumas?

CONSULTORIA POCKET

Você pode desmembrar as entregas de uma Consultoria de Imagem em pacotes de serviços: a chamada Consultoria Pocket, por exemplo. Pode, assim, entregar apenas a etapa de estilos, ou de cores, ou a própria morfologia. Pode ser uma única sessão com a análise diagnóstica, ou em duas sessões, sendo a segunda com apresentação de referências e orientação em função das peças do cliente e esse diagnóstico.

ORIENTAÇÃO COM REFERÊNCIA

Aproveitando a ideia do primeiro item, se você tem a formação de Coaching e Consultoria de Imagem, você pode ter uma entrega, um serviço específico, pautado em orientações de vestimenta (com as peças do cliente ou referências de imagem) a partir de uma entrevista de Coaching, análise de objetivos de imagem e situação de vida/rotina do cliente. Nesse formato, temos o equivalente a 2 ou 3 sessões no processo.

VAREJO

Quando falamos em agregar ao varejo os conteúdos da Consultoria de Imagem, temos muitas possibilidades de atuação. É importante você ter em mente que, quando se trata de varejo, o seu principal ganho é poder se divulgar, fazer networking, oferecer os seus serviços para o cliente final.

Palestras e Bate - papo: Você pode oferecer pequenos eventos para os clientes do varejo, com assuntos que vão desde harmonias de cores, morfologia, estilos, importância de comunicar uma imagem coerente, elementos de design, entre outros tópicos. Pode também fazer dinâmicas com as peças da loja e a cliente, como atividades de identificação com as peças.



Um dia com consultora: Você pode dispor de uma diária para orientar e oferecer informação de maneira individualizada para os clientes da loja. Por exemplo: você pode estar no primeiro sábado do mês, a gerente convidar as clientes reforçando quem, nesse dia, uma consultora estará disponível para ajudá-las, esclarecer dúvidas.

Na compra de coleção: Você já pensou em como a compra assertiva de peças reflete em um sucesso de vendas? A Consultoria pode ajudar nesse processo. Atuar nas compras de definições de coleções junto ao lojista é mais um serviço que você pode oferecer. E como fazer isso? Você pode começar fazendo um levantamento de peças paradas no estoque + peças que vendem muito. Fazer um cliente oculto também ajuda. Estudar os perfis das 10 clientes que mais compram ajuda mais ainda. No final das contas, você pode ter uma referência a partir dos estilos e, com o domínio desse estudo, conduzir as escolhas da loja.

Datas de Varejo: olhando para o calendário do varejo, temos mais possibilidades de ofertas de serviços focado. Dia dos Namorados, Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia do Professor. Para todas essas datas, você pode fazer uma ação com a loja e oferecer uma disponibilidade para as compras dos presentes. Agregue a isso um estudo das informações da pessoa a ser presenteada então... o sucesso é garantido.

Mas, como fazer? Tendo como exemplo o Dia dos Namorados: o cliente em questão pode levar informações específicas, previamente requisitadas, e a foto do(a) presenteado(a). Claro, para garantir o sucesso, é importante que a loja se comprometa a anunciar sua atuação.

UM ENCONTRO ENTRE AMIGAS DIFERENTE

Amigas reunidas para um jantar, um aniversário, um encontro sem motivo específico? A consultoria pode ter um entrega para essas situações também. Tanto com um bate-papo, ou com algum workshop, alguma dinâmica com as suas próprias roupas, um brechó de troca entre amigas. São várias ideias que você pode aplicar.

PROGRAMA DE APRIMORAMENTO DE IMAGEM

Está difícil de vender a Consultoria de Imagem individualmente? Não está conseguindo cobrar um preço que acha justo?

Então, veja esta ideia: você pode reunir um grupo de mulheres (empresárias, por exemplo) que queiram trabalhar a sua imagem de maneira objetiva. Faça um programa de 5 encontros (ou adapte conforme achar necessário). Em cada encontro você pode abordar um dos pilares da Consultoria de Imagem, com uma proposta bem “mão na massa” mesmo. O primeiro encontro pode ter como conteúdo a importância da comunicação não-verbal, o impacto da imagem e a definição de objetivo de imagem (esta parte, individual).



No segundo encontro, as cores entram em cena... Mas não o teste! Pense que este você pode vender à parte e fazer na casa de cada cliente. No grupo, você aborda as cores em relação a significado e simbologia e harmonias.

O terceiro encontro é o dos estilos. E aí você pode deixar de “tarefa” para ser entregue nesse encontro o teste de estilo e, no grupo, a apresentação dos diferentes estilos, valores o que comunicam.

O próximo encontro será sobre morfologia, com a possibilidade de cada uma se identificar em frente ao espelho, como resolver complexos, o efeito óptico da vestimenta e acessórios. E para fechar com chave de ouro, o último encontro é aquele no qual essas clientes trazem peças para montagem de looks. É hora de colocar em prática o que foi aprendido, sob a sua orientação.

Esse programa tem mais sucesso com intervalo de datas entre os encontros e se feito em grupos de, no máximo, 10 alunas.

Quando falamos em empresas, também é possível atuar através dos conteúdos de Consultoria.

Algum colaborador: A empresa pode requisitar os serviços da Consultoria para um colaborador de forma específica. Nesse caso, é importante conhecer a imagem ideal desejada pela empresa/cargo, e o foco da Consultoria deve ser nas situações profissionais. O consultor de imagem vai proceder da mesma forma, trabalhando as etapas do processo.

Palestra / Eventos: A empresa pode oferecer a seus colaboradores e clientes palestras sobre postura, imagem e dress code. É muito comum, inclusive, que isso ocorra em datas específicas da empresa ou do mercado, como o Dia da Mulher.

Dress Code: Outro serviço que pode ser oferecido é o desenvolvimento do dresscode da empresa. Para isso, o consultor precisa entender a empresa, quase como sendo uma “pessoa”. O dresscode pode ser feito por setor, ou para a empresa como um todo.

EMPRESAS

Vocês já pararam para pensar o quanto a produção de moda ou figurino pode se beneficiar do conhecimento de um consultor de imagem?

Principalmente usando o conhecimento de estilos para adequar o cenário, para a montagem do look como um todo, temática da produção e a própria morfologia, para valorizar ainda mais a pessoa, as cores e harmonias, a linguagem não verbal da vestimenta. Enfim, o consultor tem muito a agregar junto a um produtor de moda ou figurinista.

FIGURINO OU PRODUÇÃO DE MODA



BRECHÓ

O empreendedor sempre precisa estar atento às oportunidades de mercado, certo? Tem crescido bastante, e até tornou-se um modismo, o movimento dos brechós. Aí está uma oportunidade para o consultor de imagem.

Pense você que pode fazer um brechó com as roupas das suas clientes, ou reunir peças de amigas. Também pode ser contratada para organizar brechós de terceiros. Se, durante os atendimentos, você agregar informações da Consultoria (em relação à morfologia, por exemplo) pode ter o ganho adicional de ser contratada para a Consultoria completa.

GUARDA-ROUPA CÁPSULA

Já que abordamos o assunto de oportunidades em relação a modismos do mercado, nessa onda de minimalismo, temos também o guarda-roupa cápsula. Essa também pode ser um entrega isolada do consultor.

MALA DE VIAGEM

Fazer a mala de viagem é uma entrega de simples de, no máximo, 2 sessões. Nesse processo, além do estilo e morfologia do cliente, deve-se considerar roteiro e motivação da viagem (trabalho ou passeio), temperatura, período, como será o deslocamento (a pé ou de carro), entre outros fatores específicos.

PALESTRAS, BATE-PAPO, WORKSHOP

Vamos combinar que esse universo de “imagem pessoal” tem muito assunto, não é? E o melhor é que a maioria deles é de interesse do público em geral. Afinal todo mundo pensa, em algum momento, na sua imagem.

Palestras, bate-papo direcionado a pequenos grupos e workshops com dinâmicas podem ser oferecidos e organizados facilmente. Você pode fazer por iniciativa própria, reunindo seu networking em empresas amigas e parceiras de diferentes segmentos. Além de você levar conteúdo, é uma forma de estar se vendendo a um grupo de pessoas.

Essas são algumas ideias de todas as possibilidades e formas de atuação de um profissional da área. Lembrando que o mercado muda rapidamente e novas oportunidades podem estar surgindo a cada minuto.

Situações e comportamentos culturais também podem gerar novas demandas. A grande dica é: fique atento a tudo o que acontece na sua volta. Dê valor a suas ideias, tire do papel, faça acontecer.





**COMO CONQUISTAR
CLIENTES**

COMO CONQUISTAR CLIENTES

Esta é uma pergunta frequente de quem está entrando no mercado de Consultoria de Imagem: Como fazer acontecer? Onde estão os clientes? Como faço para conquistá-los?

Nossa primeira dica: seu cliente está em todos os lugares. Todas as pessoas saem diariamente com a “sua imagem”, certo? É importante que você saiba explicar sobre a Consultoria de Imagem. Mostrar para as pessoas que a imagem comunica, que muitas das suas conquistas ou percepções que causam nos outros podem estar relacionadas à sua imagem, que existem elementos e informações técnicas que podem fazer toda a diferença para potencializar os seus resultados. Ter aprofundamento para falar de suas entregas faz toda a diferença.

Pensar que você pode abordar esse conteúdo e assunto em diferentes situações também. Obviamente, se você for uma pessoa comunicativa, ajuda bastante. Mas pense nos lugares que frequenta, seu círculo social, de amizade. Pense em suas redes sociais! Elas são mais uma vantagem do mundo atual, que pode te beneficiar

Vender o seu peixe tem muito mais a ver com a sua atitude do que qualquer outra coisa. Uma dica importante aqui: escute muito as pessoas, entenda seu “problema” e, aí, encaixe o seu serviço oferecendo a solução.

De maneira prática, além de ter o domínio de todas as suas entregas e ter consciência de que você pode vender seu serviço para todos, para a captação de clientes, experimente também:

➔ **Participar de eventos/grupos de networking:** eles servem para isso mesmo, fazer conexões e novas relações. Nos dias de hoje temos muitas opções, não apenas no mundo offline, mas no online também. Liste os grupos que tenham mais a ver com o seu perfil de clientes e se jogue!

➔ **Parcerias:** faça o levantamento das pessoas que você tem contato e que podem ser interessantes para fazer parcerias. Serve para aquela amiga que tem estética, loja, maquiagem ou é digital influencer.

➔ **Redes sociais:** use a seu favor todas as possibilidades das redes sociais. Engaje o público, comunique-se, entregue conteúdo relevante.

➔ **Palestras:** são ótimas para que você se mostre para um público de pessoas. A palestra não precisa ser cobrada, pense no benefício de estar se vendendo ali, na entrega do conteúdo. Não cobrar facilita que você faça a palestra em lojas e empresas, por exemplo.

➔ **Ofereça vantagens:** faça ações de consultoria pocket gratuita ou por um valor menor. Dê vantagem para quem indicar o seu trabalho, se duas pessoas fecharem ao mesmo tempo, ofereça um desconto, por exemplo.



É importante entender qual a sua dificuldade em se vender. Não é uma pessoa comunicativa? Tem limitações em relação as redes sociais? Entender a sua dificuldade é o primeiro passo para superá-la com rapidez.

O mercado de Consultoria de Imagem está crescendo. Lembre-se de que seus clientes estão em todos os lugares. Atitude é o que faz a diferença para você captá-los ou não.





COMO VENDER NAS REDES SOCIAIS

COMO VENDER NAS REDES SOCIAIS

Se tornou consultora. E agora? Como se vender utilizando a estratégia digital?

Mais do que nunca os canais digitais se tornaram o principal meio para se relacionar e se divulgar. Ao mesmo tempo percebemos um padrão muito similar em tudo, banalizando muitas vezes uma comunicação e, por consequência, o entendimento do valor por trás de um determinado produto ou serviço.

Fica a pergunta: como se vender nesses canais tão importantes sem cair na mesmice e banalização?

Confira os 8 pontos principais para obter uma divulgação efetiva nas redes sociais:

➔ Fazer um perfil empresa ou pessoal?

Se você for uma consultora autônoma, sem estar vinculada à uma empresa, você não tem necessidade de começar um perfil empresarial, aproveitando assim a sua rede de relacionamento - que é o primeiro e muito importante passo de networking.

Com o tempo, você terá que migrar para uma empresa para usufruir das ferramentas de anúncio, que são muito boas. Mas, para pessoas que estão começando, recomendamos aproveitar o engajamento maior de um perfil pessoal e já ter os seguidores do que começar tudo do zero através de uma página empresarial.

➔ Como se diferenciar?

É importante estabelecer o seu diferencial e a gama de serviços que você irá oferecer. Busque realizar uma pesquisa sobre possíveis concorrentes e analisar o que eles já falam. Defina algo seu, único, um nicho de mercado, uma forma de falar diferenciada.

Analise muito bem o seu público-alvo, o que eles gostam, quais perfis seguem, o que curtem. Explore o REAL. Atualmente, quanto mais espontâneo e verdadeiro for, mais vendedor se torna, pois as pessoas se identificam.

Traga problemas reais que você solucionou com o seu trabalho. Poste imagens dos atendimentos, materiais que utiliza, fotos da cliente (se ela topa). Fotos de antes e depois apenas se a cliente aprovar e de preferência com uma produção legal de luz, ambiente. Muitas vezes essas fotos ficam muito amadoras e não valorizam o trabalho realizado.

No início, poderá ser importante atender o máximo de pessoas, mesmo que voluntariamente, a fim de praticar e obter experiência e, claro, exemplos reais do que você já fez. Na hora de dar dicas, você pode citar terceiros, mas dê a sua opinião na sua forma de linguagem para mostrar o seu ponto de vista. Quando vendemos serviço, a empatia é fundamental para as pessoas optarem por você ou pelo concorrente.



➡ **Preciso ter um logo, uma identidade visual?**

Para uma imagem mais profissional, sim, é recomendado ter uma logomarca. Mas não deixe de se divulgar por não tê-la ainda. Inicialmente, você até poderá trabalhar o seu nome somente, como autônoma, mas se o objetivo é ter a Consultoria como profissão, recomendamos ter uma logo.

Pode ser o seu nome ou uma criação de um desenho ou forma específica. Contrate um profissional que tenha um portfólio que você goste e passe para ele todas as informações sobre o seu negócio. Não faça de forma “caseira”. Isso pode muito mais te prejudicar que te ajudar. Escutamos muita gente pedindo para o atendimento da gráfica fazer a logo. Eles não são capacitados para isso - e você poderá receber uma opção de logo igual a muitas que existem no mercado.

Sobre a imagem visual dos cards, você também pode solicitar uma criação de identidade visual das redes sociais com a sua logomarca para um profissional. Ou apenas escolha um padrão visual de fotos de forma a criar uma identidade, sem necessidade de um layout de um profissional. Atualmente, os smartphones oferecem uma infinita variedade de aplicativos que possuem inúmeras ferramentas para criar um padrão legal, de acordo com o seu objetivo.

Exemplos de alguns: photogrid, grids, in photo.

➡ **Sobre o que irei falar?**

É importante ter uma diretriz dos assuntos que irá abordar. Tanto para saber o que irá pesquisar, quanto para a sua própria organização. Assim, não ficará sempre a mesma coisa sendo publicada.

Para tanto, é indicado realizar um Planejamento Editorial. Como funciona? Estabeleça os assuntos que você deseja abordar de acordo com o interesse do público-alvo, objetivo da sua empresa e relevância com o seu segmento de negócios. A partir daí, defina em quais dias da semana irá publicar.

Exemplo:

Segunda – vou falar sobre dicas de look para estender do trabalho para o happy hour.

Terça – sobre os bastidores do seu atendimento.

Quarta – novidades do mercado.

Quinta – análise própria de looks de novela, apresentadoras.

E por aí vai. Podem ser postagens de segunda a sexta ou em alguns dias da semana + fim de semana. Em relação ao horário, opte após 17h, logo bem cedo ou meio dia. Avalie após 15 dias qual tem mais adesão e engajamento e defina necessidade ou não de mudança. Isso também serve para os assuntos definidos durante a semana.

O que sempre perguntam é: qual a quantidade ideal de postagens? Depende do seu tempo. O ideal é 1x por dia e, no mínimo, 3x por semana.



Como e onde pesquisar conteúdo: você pode buscar esse conteúdo em sites do seu segmento, através de sites como Vogue, Elle, GNT e até seguir os perfis de blogueiras para estar sempre atenta. Mas o mais legal é você utilizar o seu conhecimento e aprendizado para criar textos próprios.

➡ **Quais as redes sociais que devo usar?**

Recomendamos utilizar o Instagram, Whatsapp (de forma moderada) e Facebook. E também é legal ter o Pinterest, rede social muito utilizada para quem busca dicas de looks. E, ainda, se o seu foco for trabalhar com o público corporativo, sugerimos que tenha um perfil no LinkedIn.

➡ **Devo ter site?**

O site se tornou o cartão de visita online. Se antes você tinha que ter um cartão de visita, hoje o equivalente é ter um site. Atualmente, há muitas plataformas que possibilitam ter um site barato e com recursos muito bons, como o WIX ou o WORDPRESS.

Mas o engajamento logo de início estará na sua rede social. Portanto, assim como é importante ter um site, é importante ter um perfil no Instagram e Facebook. Se no início a verba for curta, inicie pelas redes sociais com o planejamento de ter um site nos próximos 6 meses a 1 ano (no máximo).

➡ **Devo anunciar?**

Como explicamos acima, para anunciar você precisa ter um perfil de empresa - e não pessoal. E se tiver, sim, é legal anunciar, e não precisa ser um valor alto. Hoje, você pode anunciar com 11 reais e já terá um retorno bacana de alcance. Se puder, o ideal é anunciar sempre que postar algo. Caso a verba seja curta e você ainda esteja com o seu perfil pessoal, use e abuse das ferramentas como LIVE (vídeos ao vivo) e Stories no Instagram, pois assim você aumentará o engajamento e, por consequência, o número de pessoas alcançadas. Outra forma é realizar parcerias entre vários perfis para se divulgarem mutuamente.

➡ **Foco em sua Marca pessoal**

Não podíamos deixar de falar da importância da sua imagem pessoal nas redes sociais. Principalmente tratando-se de uma Consultora de Imagem. Isso reflete não somente em como você se veste, mas também muito pelas fotos que são publicadas nas suas redes sociais, tanto profissionais, quanto pessoais.

Lembre-se de que, por se tratar de um serviço, as pessoas compram identificação. Então, fique muito atenta ao que você irá publicar. Por exemplo: fotos de você bebendo (uma ou outra vez é normal e tranquilo, mas muitas fotos sempre com um copo na mão, bebendo, já podem refletir em uma imagem de uma pessoa baladeira, sem comprometimento e por aí vai).

As interpretações são livres. E, como você irá trabalhar com pessoas e com imagem, preste bastante atenção sobre isso.

Lembre-se de que sua imagem pessoal é seu principal marketing. Quando as pessoas percebem que você se veste bem, tem autoconfiança e autoestima,



automaticamente você está vendendo a sua Consultoria.

Bom gente, esperamos ter ajudado. As dicas são muitas, mas compilamos algumas por aqui.

Contem com a gente após sua formação de Consultoria de Imagem. Temos um grupo EU SOU ECOLE, no qual também poderemos ajudar você no seu desenvolvimento de carreira com dicas valiosas da nossa Diretora no Brasil, Vandressa Pretto.



CONFIRA TAMBÉM NOSSA AGENDA COMPLETA
DE FORMAÇÕES E CURSOS

VER AGENDA





Ecole Supérieure de Relooking

www.ecolebrasil.com

#Ser para vestir

