

veja quais são os 20 principais e como tratá-los

 ecommercenapratica.com/blog/tipos-de-clientes

2 de fevereiro de 2024

Tipos de clientes: conheça os 20 principais e como tratá-los

Atualizado em 02/02/2024 por [Redação Ecommerce na Prática](#) - [Deixe um comentário](#)

O que fazer para agradar e atender da melhor maneira possível cada tipo de cliente?

Ao longo deste artigo, nós vamos te explicar quais são os principais tipos de clientes, como tratá-los, entre outros pontos importantes.

Boa leitura!

Como tratar cada tipo de cliente?

Acima de qualquer coisa, todos os clientes precisam ser tratados com educação, atenção e respeito.

É claro que cada tipo de cliente vai exigir algumas expertises suas. Por exemplo, o cliente decidido, que já sabe muito bem o que quer, pode demandar um pouco mais de agilidade no atendimento e menos sugestões de outras ofertas...

Enquanto o cliente insatisfeito, vai acabar exigindo mais paciência, tolerância e assertividade para resolver a questão que o incomoda.

Mas para saber exatamente como tratar cada tipo de cliente, nós vamos aprofundar a seguir todos os perfis existentes. E, claro, vamos te dar **dicas para lidar com cada um deles**.

Continue a leitura...

Conheça os 20 tipos de clientes

Engana-se quem pensa que todos os clientes são iguais. Sim, é comum que eles tenham as mesmas necessidades e estejam em busca de uma solução. Mas eles estão longe de possuírem o mesmo perfil.

Abaixo, vamos falar sobre os **principais tipos de cliente**. Veja só:

1. Cliente indeciso

Esse é um dos tipos de clientes que demanda mais tempo e atenção. Por outro lado, é o mais fácil de direcionar. Esse consumidor procura o atendimento com uma vaga ideia do que quer, mas sem certeza.

Ele pode estar em dúvida entre mais de um produto ou simplesmente inseguro, sem saber se compra ou não da sua loja virtual.

Para lidar com esse cliente, a dica é ter muita paciência e passar confiança. Por ser uma pessoa que não tem certeza do que quer, qualquer falha ou falta de atenção por parte da marca pode fazê-lo desistir da aquisição.

Logo, tente entender quais são as dúvidas desse consumidor e quais são os pontos que geram insegurança nele. Se a questão for o preço ou os benefícios do produto, mostre quais são os principais diferenciais do que você vende.

Seja transparente, tenha empatia para compreender quais são as reais dúvidas dele e foque sempre na solução.

Para os clientes indecisos, o atendimento ao cliente eficiente, humano e prestativo será o fator decisivo para ele efetuar a compra.

2. Cliente confuso

O cliente confuso é um pouco parecido com o anterior, mas tem as suas diferenças. Além de ser um pouco indeciso, ele também se sente perdido na hora de comprar um produto ou contratar um serviço.

Para melhor atendê-lo, você vai precisar **prestar bastante atenção na dor que ele tem para resolver e focar em buscar uma solução que realmente o atenda.**

Evite oferecer muitas mercadorias. Escolha apenas uma e apresente os benefícios que ele terá ao levá-la para casa.

3. Cliente decidido

O cliente decidido já vai até você sabendo exatamente o que quer. Muitas vezes, ele só precisa de um **direcionamento sobre como efetuar a compra ou para tirar dúvidas pontuais** sobre o produto ou serviço.

Nesses casos, a melhor coisa a fazer é não perder tempo e ajudá-lo a finalizar a compra o quanto antes. Não faz sentido perder tempo contando as mil e uma utilidades do seu produto, concorda?

A pessoa já sabe o que quer. Trate-a de forma objetiva, resolvendo a conversa rapidamente. Assim, ele ficará satisfeito por ter conseguido comprar e você terá mais tempo para dar atenção aos clientes que precisam de atenção.

Como aumentar a produtividade no trabalho e nos negócios

4. Cliente comunicativo

Clientes comunicativos costumam ter boas intenções, mas podem acabar tomando muito tempo. Certamente, não estão entre os tipos de clientes mais difíceis de lidar. Pelo contrário, a única coisa com que você precisa se preocupar é com o bom senso.

Quando se deparar com aquela pessoa que gosta de contar histórias, falar de sua vida e compartilhar conhecimentos, você terá que encontrar um meio termo. **Você não pode ser grosseiro ao cortar uma conversa, ao mesmo tempo em que deve estabelecer limites para que a interação não seja eterna.**

Converse com seu cliente comunicativo, interaja com ele. Dê atenção, mostre que sua marca se importa e se interessa pelo que ele tem a dizer. Geralmente, essas pessoas são bem-humoradas e fáceis de agradar. O único cuidado a ser tomado é direcionar a conversa de forma produtiva para sua empresa.

Deixe que seu cliente fale, mas tome as rédeas da comunicação em algum momento. Ajude-o a encontrar o que veio buscar e depois – de forma educada e discreta – finalize o papo. É fundamental que você esteja sempre no controle de todo atendimento que fizer.

5. Cliente apressado

O comprador com pressa pode pertencer a outros tipos de clientes ao mesmo tempo. Ou seja, ele pode ser tanto comunicativo, quanto decidido, por exemplo.

A questão é que esse comprador não quer perder tempo com o atendimento.

Ele quer respostas para ontem e soluções instantâneas. Para atendê-lo da melhor forma, **o ideal é dar informações de forma sucinta e o mais rápido possível.**

Basicamente, se não quiser que ele desista da sua marca, terá que se adequar ao tempo dele. Então, não perca tempo com detalhes e seja objetivo para agilizar o processo.

Por exemplo: se o cliente apressado perguntar como pode pagar, não responde listando todas as vantagens do pagamento à vista ou como o seu site é super seguro. Vá direto ao ponto. Diga: “temos boleto ou cartão. Qual você prefere?”

O cliente apressado procura praticidade e comodidade. Por isso, **tenha sempre atenção às demandas e não o faça perder tempo.** Isso pode te fazer perder a venda.

6. Cliente sem pressa

Imagina um consumidor que tem todo tempo do mundo para analisar produtos e decidir se vai levá-los ou não...

À primeira vista, esse tipo de cliente nem parece ser muito complicado de lidar, não é mesmo?

Mas analisando o contexto das lojas físicas, por exemplo, quanto mais clientes você atender, mais chances há de bater a meta e aumentar o volume de vendas.

Portanto, é claro que você precisa ter paciência e atenção para atender esse cliente. Mas também **é preciso tomar cuidado para não se estender demais no atendimento**.

Caso você tenha um pouco mais de tempo, sem problemas... Converse com ele, fale sobre as principais características dos produtos, apresente algumas opções similares, etc.

É comum que o cliente sem pressa queira atenção exclusiva, dedicação e interesse do vendedor. Fique atento a isso na hora de atendê-lo!

7. Cliente negociador

O cliente negociador é aquele que sempre quer uma vantagem, um desconto ou uma condição especial. Enquanto muitos estão interessados em pagar menos, a maioria só quer mesmo sentir que sua empresa está pensando neles.

Ou seja, é a ideia da personalização, de se sentir especial, que cativa o comprador negociador.

Para atender esses tipos de clientes, **você precisará mostrar muita capacidade de argumentação**. Se for possível, conceda o desconto ou a condição que ele solicitou. Isso pode te ajudar a fazê-lo retornar.

Contudo, saiba que nem sempre podemos dar o que o cliente pede...

Nesses casos, é importante que você dedique um tempo para explicar que não é possível atendê-lo, mas que sua empresa se preocupa com aquele atendimento. E mostre as vantagens do produto, argumente de forma educada e simpática.

Um atendimento excelente não é aquele que cede à pressão do cliente, mas o que é bem avaliado mesmo sem conseguir dar o que ele deseja.

8. Cliente crítico

Os clientes críticos costumam ressaltar pontos negativos, ou simplesmente reclamar, de algo que julgam precisar de melhoria. Para lidar com eles, ter **empatia** é fundamental.

Você tem que mostrar que entende as questões indicadas e que talvez até concorde com algumas. Mas, depois, **o trabalho é direcionar o olhar desse consumidor para as coisas boas**.

Vantagens, benefícios, condições especiais, qualidades dos produtos...

Tudo para que o cliente veja que você entende as críticas, mas que existem outros pontos pontos que ele também precisa conhecer.

Além disso, algo fundamental ao lidar com esses clientes é nunca levar as críticas para o lado pessoal. Eles vão falar mal do atendimento, do produto, da empresa e, às vezes, podem até se exceder nisso.

Mas você, por outro lado, vai ser assertivo, educado, honesto e compreensivo.

Não se combata críticas com desculpas ou agressões verbais. O que funciona é usar argumentos embasados, dando atenção às queixas da forma mais profissional possível.

Leia também: [Mensagem para o Dia do Cliente: 61 ideias criativas \[+ dicas para vender mais na data\]](#)

9. Cliente grosseiro

De todos os tipos de clientes, certamente o grosseiro é o menos agradável. Alguns consumidores se tornam grosseiros quando estão insatisfeitos, seja com o produto ou a marca.

Se esse for o caso, **dê toda atenção que ele precisa e mostre que, apesar de algo ruim ter acontecido, sua empresa está disposta a reverter a situação.** O foco agora é ele enxergar algo bom novamente no seu negócio.

Entretanto, há pessoas que são grosseiras por natureza. Para lidar com elas, também será necessário não levar a grosseria para o lado pessoal...

Estabeleça limites para a grosseria do cliente, mas trate-o sempre de forma cordial e não entre no mesmo tom de grosseria.

Uma boa dica para lidar com clientes grosseiros é deixá-los falar primeiro e, depois do impacto inicial, solucionar a questão de forma calma.

Também é importante ser claro e passar segurança para esse tipo de pessoa. A qualquer sinal de falta de confiança, a tendência é que a grosseria só aumente.

10. Cliente da concorrência

O cliente da concorrência é fácil de identificar. Se você estiver atendendo uma pessoa que faz questão de falar de uma empresa concorrente, explicando os pontos positivos que vê nela, pronto: você está falando com um cliente da concorrência.

COMECE SEU ECOMMERCE DO ZERO HOJE E FATURE OS PRIMEIROS 30 MIL EM 90 DIAS

A saída nessas horas é seguir uma boa linha de argumentação. **Dê atenção ao que ele diz, mas não deixe de expor os diferenciais do seu produto em relação à concorrência.** Faça um esforço para trazer o cliente para o seu lado.

É muito comum que os clientes cheguem na loja com uma postura que deixa claro que eles acham uma outra empresa melhor. Mas por que ele está visitando a sua loja, então?

Talvez eles nem achem isso lá no fundo ou estão atrás de uma oportunidade para mudar de opinião. Faça a sua parte e fidelize esse cliente!

11. Cliente especialista

O cliente especialista vai chegar no atendimento falando mais informações sobre o produto do que você imagina. Muitas vezes, ele sabe mais do que a própria equipe de vendas.

Por isso, **um cliente especialista precisa de um vendedor especialista.**

Esse tipo de consumidor pesquisou muito antes de entrar em contato com o seu negócio e, provavelmente, dedicou certo tempo para fazer comparativos entre o seu produto e o de outras empresas.

Logo, **a melhor maneira de atendê-lo é estar muito bem preparado.** Como dito anteriormente, você vai precisar ser um verdadeiro especialista.

Estude a fundo tudo o que diz respeito aos produtos vendidos na loja. Desde os tipos de materiais utilizados na produção até dados de mercado...

O importante na hora de lidar com esse tipo de cliente é evitar ao máximo passar a impressão de que ele sabe mais do que você.

12. Cliente que só diz sim

Em um primeiro momento, você pode até achar que é simples lidar com o cliente que só diz sim. Mas, acredite, não é bem por aí...

Ao longo do atendimento você vai precisar conquistar a confiança dele para ter a venda realmente concluída.

Isso porque **esse tipo de cliente deseja se sentir aceito e, geralmente, está até disponível para gastar mais caso seja bem recebido.** Então, o seu trabalho precisa ser voltado para um atendimento de primeira.

Se você conseguir isso, há grandes chances de ele se tornar um fã da marca.

Dessa forma, saiba que o cliente que só diz sim tem um perfil perfeito para novas compras. Suprindo as necessidades dele, ele não só poderá voltar para comprar mais, mas também vai procurar por você na hora de ser atendido.

Não poupe esforços para recebê-lo da melhor maneira possível. Foque sempre em mostrar que você tem o produto que ele precisa e evite mostrar itens que não tem ligação com o que está sendo buscado...

Ele pode até comprar o que você vai oferecer, mas também pode se arrepender no futuro, já que não teve seu verdadeiro problema resolvido.

13. Cliente amante da marca

O cliente amante da marca é aquele que **não apenas compra seus produtos ou serviços, mas também os adora**. Eles são entusiastas da sua marca e a recomendam com frequência para amigos e familiares.

Este cliente é um promotor ativo, compartilhando suas experiências positivas nas redes sociais e em conversas pessoais.

Eles se mantêm leais à marca, muitas vezes ignorando ofertas de concorrentes. **Sua lealdade não se baseia apenas na qualidade do produto, mas também na identificação com os valores da marca** e na experiência de compra que ela oferece.

Para mantê-los felizes, o reconhecimento é a chave. Mostre apreciação pela lealdade deles. Isso pode ser feito através de programas de fidelidade, descontos exclusivos ou acesso antecipado a novos produtos.

Além disso, **sempre que possível, peça feedbacks**. Como eles conhecem bem sua marca, seus insights podem ser valiosos para melhorias e inovações.

14. Cliente fidelizado

Já o cliente fidelizado é aquele que, após várias interações positivas, estabeleceu uma relação de confiança com sua marca. **Eles retornam regularmente para novas compras e são menos sensíveis a variações de preço** ou ações da concorrência.

Este tipo de cliente valoriza, acima de tudo, a consistência e a confiabilidade. Eles esperam um alto nível de serviço e qualidade, e sua lealdade é mantida através de experiências de compra consistentemente positivas.

Aqui, a chave é conhecer as preferências desse tipo de cliente e personalizar suas interações. Isso pode incluir recomendações de produtos baseadas em compras anteriores ou comunicação direcionada.

O que é retenção de clientes: 10 dicas de como reter mais consumidores

15. Cliente carente

Esse é o tipo de cliente que busca mais do que um produto ou serviço. Ele procura atenção e validação e **valoriza um relacionamento mais próximo e pessoal com a marca**, muitas vezes necessitando de garantias e reafirmações constantes.

Eles podem fazer muitas perguntas, algumas delas repetidas, e podem precisar de mais tempo e paciência durante o processo de compra. **O cliente carente busca uma experiência de compra que o faça sentir-se especial e valorizado**.

Para lidar com eles e oferecer um atendimento exemplar, tenha paciência e empatia. Responda às suas perguntas com detalhes e assegure-os sobre a qualidade e adequação do produto.

Se possível, mantenha uma comunicação frequente e personalizada. Mensagens que reconhecem suas compras anteriores ou preferências podem fortalecer a relação.

💡 Nessas horas, **ter o suporte de dados para criar campanhas de marketing mais personalizadas pode valer a pena**. Entenda mais sobre o assunto aqui: [Data driven marketing: o que é e como tomar decisões baseadas em dados](#)

16. Cliente desatento

Sabe aqueles clientes que parecem estar com a cabeça em outro lugar? **Eles podem estar ocupados, preocupados ou simplesmente são mais distraídos por natureza**, mas uma coisa é certa: para este tipo de cliente, a comunicação deve ser reforçada.

O cliente desatento pode perder informações importantes sobre o produto ou o processo de compra, o que pode levar a mal-entendidos ou insatisfação posterior.

Por isso, sempre se comunique de forma clara e concisa. Use linguagem direta e evite informações desnecessárias. Seja objetivo para manter sua atenção.

Além disso, **ofereça lembretes sobre datas de entrega, promoções ou outros detalhes relevantes, como datas de pagamento**. Sobre esse assunto, temos um artigo incrível para compartilhar: [Mensagem de cobrança para clientes: 25 modelos para sua empresa](#)

17. Cliente pouco comunicativo

Esses clientes são caracterizados pela sua natureza reservada e comunicação mínima. **Eles tendem a falar pouco, oferecendo respostas curtas e diretas**, e geralmente não iniciam conversas.

Vale destacar também que os clientes pouco comunicativos preferem transações rápidas e diretas, sem muita interação social. **De certa forma, comprar online é o que mais se adequa às necessidades desse tipo de consumidor**.

Embora possam parecer distantes, isso não significa falta de interesse ou insatisfação. Por isso, mantenha uma abordagem discreta, oferecendo assistência sem ser invasivo.

Priorize a eficiência e a rapidez no atendimento. Evite conversas prolongadas ou desnecessárias.

18. Cliente ansioso

Este tipo de cliente pode parecer agitado ou preocupado durante a interação. Eles valorizam respostas rápidas, eficiência no processo de compra e prazos de entrega curtos.

Para lidar com eles e fidelizá-los, responda rapidamente às suas perguntas e preocupações. **Priorize a agilidade em todas as interações.**

Também esteja preparado para oferecer soluções imediatas ou alternativas rápidas para atender às suas necessidades. Acima de tudo, **seja transparente sobre prazos de entrega e processos**. Evite promessas que não possam ser cumpridas!

19. Cliente informal

Os clientes com tendências informais tendem a tratar os vendedores e atendentes como velhos amigos, usando uma linguagem mais coloquial e muitas vezes ignorando formalidades.

Com eles, é fácil criar um ambiente leve e descontraído durante o atendimento. Eles podem fazer piadas, compartilhar histórias pessoais ou comentários fora do contexto comercial. **Apesar de sua abordagem casual, eles ainda esperam um serviço de qualidade** e atenção às suas necessidades.


Se possível, adapte o seu estilo para combinar a cordialidade oferecida. Mantenha a atitude amigável, mas não perca o profissionalismo de vista. Essa é uma bela oportunidade para criar um vínculo!

20. Cliente bem-humorado

O tipo de cliente bem-humorado é caracterizado por sua atitude positiva e alegre. Eles abordam a experiência de compra com otimismo e frequentemente usam o humor para interagir com a sua empresa, seja pelo WhatsApp, e-mail ou chat de vendas.

A chave para atendê-lo bem é corresponder ao humor, sem deixar o profissionalismo de lado. **Use uma linguagem positiva e mantenha uma atitude otimista durante a interação.**

Mostre apreciação pela energia positiva que trazem, fazendo-os sentir-se especiais e valorizados. No entanto, certifique-se de que todas as informações importantes sejam comunicadas claramente.

 Leia também: [Pesquisa de satisfação: o que é e como fazer do jeito certo \[GUIA\]](#).

Dicas para lidar com qualquer tipo de cliente

Nós falamos sobre os diferentes tipos de clientes que você vai encontrar ao longo da sua jornada no Ecommerce. Cada um deles é único e traz consigo um conjunto distinto de expectativas e comportamentos.

No entanto, **existem estratégias universais que podem ser aplicadas para melhorar a experiência de todos os clientes**, independentemente do seu tipo.

Aqui estão algumas dicas essenciais, inspiradas na programação neurolinguística (PNL), que podem ser aplicadas no dia a dia para atender clientes de todos os tipos com sucesso:

Compreenda se o cliente é mais orientado visualmente, auditivamente ou sinesteticamente. Isso permite adaptar a comunicação ao canal mais eficaz para cada indivíduo;

Use a técnica do espelho! **Imitar sutilezas como expressões do cliente pode criar uma conexão mais forte**, demonstrando empatia e compreensão. Falamos mais sobre isso neste [vídeo em nosso canal](#).

Escute ativamente para entender o que o cliente realmente precisa. Isso pode levar à recomendação de um produto mais adequado ou à criação de um combo personalizado.

Em vez de apenas tentar vender, **eduke o cliente sobre o seu produto.** Isso demonstra conhecimento e ajuda o cliente a tomar uma decisão informada.

Preste atenção às dúvidas e preocupações do cliente. Isso pode revelar **medos ou resistências** que, uma vez abordados, podem facilitar a venda.

Evite respostas prontas e genéricas. Discuta sobre o produto de forma personalizada e significativa.

💡 Lembre-se de que a chave para um atendimento de sucesso é a flexibilidade e a capacidade de se adaptar às necessidades e preferências individuais de cada cliente.

Por que saber os tipos de clientes?

A partir do momento que você conhece os tipos de clientes, fica muito mais fácil saber como lidar com eles e, a partir disso, não perder nenhuma oportunidade de venda.