

GUIA DE ANÁLISE - METODOLOGIA DE VENDAS CONSULTIVAS - 15 ETAPAS (VERSÃO 2)

Critérios Específicos de Avaliação

FASE 1 - PREPARAÇÃO E CONEXÃO

ETAPA 1: CONEXÃO GENUÍNA (10 MINUTOS) Analisar se dedicou de 5-10 minutos para conexão antes de entrar em questões médicas, pesquisou previamente rede social ou ficha da paciente, encontrou pontos em comum genuínos (família, filhos, trabalho, interesses), fez perguntas abertas (nunca sim/não), criou ambiente de "quero te conhecer" ao invés de "quero te vender", estabeleceu rapport verdadeiro e fez a paciente se sentir conectada e compreendida.

ETAPA 2: TRANSIÇÃO ESTRATÉGICA PARA CONSULTA Confirmar se fez transição suave da conexão para parte médica sem quebra abrupta, utilizou elementos da conversa anterior para conectar com queixas ("falando em família, como isso te afeta em casa?"), manteve tom amigável mas direcionou para assunto médico, preparou terreno para mapeamento emocional e estabeleceu que vai fazer algumas perguntas importantes para entender melhor a situação.

FASE 2 - MAPEAMENTO EMOCIONAL

ETAPA 3: INVESTIGAÇÃO DE DORES EMOCIONAIS Verificar se fez pergunta-chave "o que mais te incomoda no seu rosto/corpo?", aprofundou cada dor mencionada com perguntas emocionais ("o que você sente com isso?", "como isso te afeta?"), descobriu impacto emocional real (baixa autoestima, comentários do marido, evitar situações), anotou todas as dores emocionais relatadas, manteve frequência baixa (tom sério, respeitoso) durante relato de dores e demonstrou empatia genuína sem minimizar sofrimento.

ETAPA 4: EXPLORAÇÃO DE DESEJOS E SONHOS Analisar se perguntou "o que você gostaria de melhorar?" ou "como você se vê depois da transformação?", elevou frequência emocional (tom animado, esperançoso), fez a paciente visualizar resultado ideal, conectou desejos com situações práticas (eventos, fotos, relacionamento), anotou todos os desejos mencionados, ajudou paciente a sonhar com transformação e criou expectativa positiva sobre possibilidades de mudança.

ETAPA 5: AVALIAÇÃO DO NÍVEL DE CONSCIÊNCIA Confirmar se perguntou "você já chegou aqui pensando em algum procedimento específico?", mapeou conhecimento prévio sobre estética, identificou se paciente é analítica (pesquisou muito) ou leiga (não sabe nada), descobriu influências externas (Instagram, amigas, outros médicos), avaliou se tem

expectativas irreais ou adequadas e ajustou estratégia de comunicação baseada no nível de conhecimento identificado.

ETAPA 6: MAPEAMENTO DE EXPERIÊNCIAS ANTERIORES E OBJEÇÕES Verificar se investigou procedimentos estéticos anteriores, descobriu experiências positivas e negativas passadas, identificou traumas ou medos específicos, mapeou objeções escondidas (medo de dor, naturalidade, preço), perguntou sobre receios e dúvidas, anotou todas as objeções para quebrar posteriormente e entendeu histórico completo para personalizar abordagem.

FASE 3 - DIRECIONAMENTO EDUCATIVO

ETAPA 7: INDIVIDUALIZAÇÃO VS PADRONIZAÇÃO Analisar se contrastou atendimento personalizado versus "receitas prontas" da internet, criticou informações genéricas do Instagram/Google, posicionou tratamento como algo único para ela, explicou diferença entre copiar influencers e criar protocolo individual, conectou queixas específicas dela com necessidade de personalização e estabeleceu que não fará "copia e cola" de outros casos.

ETAPA 8: POSICIONAMENTO DE AUTORIDADE E RESULTADO Confirmar se posicionou-se diferente de "franquias que só querem bater meta", estabeleceu foco em resultados ao invés de venda por venda, explicou que carreira depende de entregar transformações reais, criou diferenciação clara da concorrência, demonstrou ética profissional e compromisso com resultado, e posicionou-se como "seu doutor" que cuidará dela e da família por anos.

ETAPA 9: EDUCAÇÃO TRATAMENTO VS PROCEDIMENTO Verificar se explicou diferença entre procedimento isolado e tratamento completo, usou exemplo prático (contar 1 a 10 no espelho), demonstrou logicamente por que procedimento isolado não funciona, quebrou crença de que "duas ampolas resolve tudo", educou sobre necessidade de protocolo completo, criou urgência sobre fazer tratamento adequado e preparou terreno para apresentar protocolo personalizado. **CRITÉRIO ESPECÍFICO DE ANALOGIAS:** Confirmar se utilizou analogias práticas para facilitar compreensão, como: Carro Amassado ("pintar só um lado não fica proporcional"), Fisioterapia ("2 sessões não resolvem, precisa do tratamento completo"), Queixo e Papada ("impossível tratar uma parte e esquecer a outra"), Produto/Dosagem Certa ("calibragem de pneu - dose certa no ponto certo"), ou 4 AH = 4 Rodas ("carro precisa de 4 pneus para equilíbrio, rosto precisa de 4 AH"). Analisar se as analogias foram claras, se a paciente demonstrou compreensão ("faz sentido", "entendi") e se conseguiu visualizar a lógica do tratamento completo através dos exemplos dados.

ETAPA 10: APRESENTAÇÃO DO PROTOCOLO PERSONALIZADO Analisar se apresentou protocolo conectando cada etapa com dores do mapeamento, explicou o "porquê" de cada procedimento proposto, mostrou sequência lógica de etapas, conectou protocolo com desejos mencionados, gerou expectativa de transformação progressiva, estabeleceu cronologia (primeira etapa hoje, próxima em 30 dias) e fez paciente se ver realizando o tratamento completo.

ETAPA 11: COMPROVAÇÃO COM CASOS E RESULTADOS Confirmar se mostrou antes-depois relevantes para o perfil dela, aumentou frequência emocional ao mostrar transformações, contou histórias emocionais dos resultados ("chegou triste, saiu feliz"),

conectou casos mostrados com queixas específicas da paciente, comprovou cientificamente o que estava prometendo, usou linguagem emocional (não técnica) para explicar resultados e criou desejo através de transformações reais de outras pacientes.

FASE 4 - NEGOCIAÇÃO E FECHAMENTO

ETAPA 12: ANCORAGEM DE VALOR E QUEBRA DE OBJEÇÕES PRÉ-PREÇO Verificar se apresentou valor antes de preço, quebrou objeções mapeadas antes da negociação, comparou "barato que sai caro" vs investimento correto, estabeleceu valor da transformação na vida dela, conectou protocolo com ROI emocional/pessoal, posicionou como investimento em autoestima e preparou terreno psicológico para receber investimento financeiro.

ETAPA 13: TÉCNICA DE CONDIÇÃO ESPECIAL + ABATIMENTO Analisar se apresentou valor cheio primeiro (ancoragem), ofereceu condição especial como benefício único, abateu consulta do valor total, criou urgência temporal (hoje vs depois), explicou matemática de forma transparente, manteve margem para negociação e apresentou oferta de forma assumptiva, não suplicante.

ETAPA 14: PERGUNTAS DE FECHAMENTO E SILENCIO ESTRATÉGICO Confirmar se fez pergunta de fechamento assumptiva ("como ficaria bom para você?"), aplicou regra do silêncio (quem fala primeiro perde), observou linguagem corporal da paciente, aguardou resposta sem ansiedade, manteve controle emocional durante pausa, respondeu objeções com novas perguntas de fechamento e demonstrou confiança absoluta no valor oferecido.

ETAPA 15: FECHAMENTO E PRÓXIMOS PASSOS Verificar se fechou venda de forma assumptiva (não perguntou "quer comprar?"), organizou forma de pagamento adequada, agendou próxima etapa do protocolo (retorno em 30 dias), criou expectativa positiva para início do tratamento, reforçou decisão tomada como inteligente, estabeleceu relacionamento de longo prazo e finalizou com confiança e entusiasmo sobre transformação que irá proporcionar.

OBSERVAÇÕES CRÍTICAS PARA ANÁLISE:

PONTOS DE CONTROLE ESSENCIAIS:

- A venda deve ser 100% emocional, não racional
- Frequência deve subir e descer conforme etapa (drama nas dores, alegria nos desejos)
- Nunca vender procedimento isolado, sempre protocolo
- Quebrar objeções ANTES do preço
- Manter controle da negociação (não deixar paciente ditar regras)
- Cada etapa deve ser personalizada para a paciente específica

ERROS FATAIS QUE MATAM A VENDA:

- Pular direto para procedimento sem conexão
- Não aprofundar dores emocionais
- Apresentar preço antes de quebrar objeções
- Fazer pergunta fechada na negociação
- Deixar paciente "pensar melhor" (objeção não quebrada)
- Negociar como "Casas Bahia" (dividir sem estratégia)