MR

E-BOOK

A arte do clienteling

O luxo de vender

O método das grandes maisons para transformar clientes em clientes fiéis, aplicado ao seu negócio ou à sua carreira.

MARTHA RAMUSS

EX-LOUIS VUITTON · MONTBLANC · SEPHORA · BICESTER VILLAGE

SOBRE A AUTORA

Martha Ramuss

Nasci e cresci em São Paulo. Comecei no varejo como temporária de alta temporada na Sephora, em Paris. Seis meses depois assumi a função de Coach, substituindo a gerência e liderando uma equipe de 15 pessoas, e fui eleita a melhor vendedora em 2009 e 2010.

Na Louis Vuitton, coordenei ações de clienteling em 15 países e depois fui Clienteling Manager para Benelux e países nórdicos, apoiando 10 lojas em 7 países. Fui Diretora de Marketing da Montblanc para Benelux e Escandinávia e, no Bicester Village, cuidei da comunicação de um portfólio de mais de 120 marcas de luxo.

Tenho mestrado em Luxury Brand Management (INSEEC, Paris), falo cinco idiomas e hoje sou CEO da Local Secrets, onde desenho experiências para clientes de altíssimo padrão.

> *"Quando você dominar a arte do clienteling, os seus clientes sempre voltarão."*

Escrevi este e-book para quem quer vender e atender como as grandes maisons, seja dono de um pequeno negócio ou alguém que sonha em trabalhar no luxo. Tudo o que está aqui pode ser aplicado amanhã, sem investimento e sem tecnologia complicada.



INTRODUÇÃO

O cliente de luxo não compra um produto. Ele compra a forma como se sente.

Em uma boutique de luxo, a bolsa, a caneta ou o perfume estão à venda em outros lugares, muitas vezes pelo mesmo preço. O que o cliente não encontra em outro lugar é *você*: alguém que lembra do nome dele, do presente que ele comprou para a filha no ano passado, da cor que ele nunca usa.

É isso que as grandes maisons chamam de **clienteling**. E é por isso que algumas pessoas vendem o dobro das outras com o mesmo produto, na mesma loja, no mesmo dia.

A boa notícia: clienteling não depende de um produto caro. Depende de atenção, memória e constância. Funciona em uma boutique, em um salão, em um ateliê, em uma loja de bairro ou em um consultório.

Neste e-book

- O que é clienteling e por que ele muda o seu resultado
- Como montar a sua carteira de clientes
- Os cinco momentos de uma venda memorável
- As perguntas que revelam o que o cliente realmente quer
- O pós-venda: o calendário de contato
- Mensagens prontas para usar no WhatsApp
- Os sete erros que afastam o cliente
- Para quem quer trabalhar no luxo
- Seu plano de 7 dias

CAPÍTULO 1

O que é clienteling

Clienteling é a arte de construir uma relação pessoal e duradoura com cada cliente. Em vez de esperar que ele entre na loja, você o conhece, lembra dele e o procura no momento certo, com algo que faz sentido para ele.

VENDA COMUM	CLIENTELING
Espera o cliente aparecer	Convida o cliente a voltar
Fala do produto	Fala da vida e do desejo do cliente
Termina no pagamento	Começa no pagamento
Oferece desconto para vender	Oferece atenção e exclusividade
Trata todos igual	Trata cada um como único
Mede a venda do dia	Mede o valor do cliente ao longo dos anos

Por que funciona

Conquistar um cliente novo custa muito mais do que manter um cliente que já confia em você. Um cliente fiel volta com mais frequência, compra com menos hesitação e, principalmente, indica. No luxo, a indicação de um bom cliente vale mais do que qualquer anúncio.

> *Um cliente fiel não é aquele que compra muito. É aquele que pensa em você primeiro.*

CAPÍTULO 2

A carteira de clientes

Tudo começa com a carteira de clientes: o registro das pessoas que você atende e do que você sabe sobre elas. Nas grandes maisons, ela é o bem mais valioso de um vendedor. Você pode começar com um caderno, uma planilha ou as notas do celular. O importante é anotar logo depois de cada atendimento, enquanto a memória está fresca.

A ficha de cliente

CAMPO	EXEMPLO
Nome e como prefere ser chamado	Ana Paula, prefere "Ana"
Contato preferido	WhatsApp, à tarde
Datas importantes	Aniversário 14/03 · aniversário de casamento em junho
Família e pessoas próximas	Marido Carlos, filha Júlia (12 anos)
Gostos e estilo	Tons neutros, não usa dourado, ama linho
Histórico de compras	Vestido azul (abr), presente para a mãe (dez)
Desejos ainda não realizados	Procura uma bolsa para viagem
Detalhes pessoais	Viaja para Lisboa em setembro, gosta de café sem açúcar

Regra de ouro: anote apenas o que o cliente compartilhou com você, guarde as informações com cuidado e nunca use um detalhe pessoal de forma invasiva. O cliente deve sentir que foi lembrado, nunca vigiado.

CAPÍTULO 3

Os cinco momentos de uma venda memorável

01 **Acolher**

Os primeiros segundos definem tudo. Olhe nos olhos, sorria e cumprimente sem pressa e sem pressão. Não comece com "posso ajudar?", que convida um "só estou olhando". Prefira algo pessoal: "Que bom ter você aqui. Está procurando algo especial hoje?"

02 **Descobrir**

Antes de mostrar qualquer produto, entenda a pessoa: para quem é, para qual ocasião, o que ela já tem, o que ela ama. Faça perguntas abertas e escute mais do que fala (veja o capítulo 4).

03 **Encantar**

Apresente poucas opções, escolhidas para ela. Conte a história: o material, o savoir-faire, o detalhe que poucos notam. Coloque o produto nas mãos do cliente. O desejo nasce do toque e da história, não do preço.

04 **Concluir**

Ajude o cliente a decidir sem empurrar. Resuma o que ele disse que queria e mostre como a escolha responde a isso. A embalagem e o pagamento fazem parte da experiência: não apresse esse momento.

05 **Despedir-se**

A despedida é o começo da próxima venda. Agradeça pelo nome, peça permissão para manter contato e diga quando vai procurá-lo: "Posso te avisar quando chegar a nova coleção de linho?"

CAPÍTULO 4

A arte de perguntar

O grande vendedor não é quem fala bem. É quem pergunta bem e lembra das respostas. Perguntas abertas (que não se respondem com "sim" ou "não") fazem o cliente falar sobre ele, e é aí que você descobre o que vender e o que anotar na ficha.

Perguntas que abrem a conversa

— "O que te trouxe até aqui hoje?"

— "É para você ou para presentear alguém especial?"

— "Qual é a ocasião?"

— "Como você imagina usar no dia a dia?"

— "O que você mais gosta no que já tem?"

— "Tem alguma coisa que você nunca usaria?"

— "Se pudesse escolher qualquer coisa, sem pensar no resto, o que seria?"

Escutar de verdade

Repita com suas palavras o que o cliente disse ("Então você quer algo elegante, mas que aguente uma semana de viagem"). Ele se sente compreendido e você confirma que entendeu. Anote os detalhes depois: o nome da filha, a viagem, a cor favorita. São eles que vão fazer o cliente voltar.

Exercício: no seu próximo atendimento, faça pelo menos três perguntas abertas antes de mostrar o primeiro produto.

CAPÍTULO 5

O pós-venda: o calendário de contato

A maioria dos negócios desaparece depois do pagamento. É exatamente aí que o clienteling começa. Um contato bem pensado, no momento certo, faz o cliente se sentir lembrado, e um cliente lembrado volta.

QUANDO	O QUÊ
Em até 48 horas	Um agradecimento pessoal, pelo nome, mencionando a compra ou a ocasião. Sem vender nada.
2 a 4 semanas depois	"Como está sendo usar...?" Mostra cuidado e abre espaço para ajustes, dúvidas ou uma nova necessidade.
Datas importantes	Aniversário, aniversário de casamento, a viagem que ele mencionou. Uma mensagem pessoal, às vezes um pequeno gesto.
Quando chega algo para ele	Só quando a novidade combina com os gostos anotados na ficha: "Lembrei de você quando chegou...".
Momentos exclusivos	Prévia de coleção, horário reservado, convite para um evento pequeno. Exclusividade vale mais do que desconto.

Menos é mais: uma mensagem pessoal por mês vale mais do que dez mensagens genéricas. Se a mensagem serviria para qualquer cliente, ela não é clienteling: é propaganda.

CAPÍTULO 6

Mensagens que funcionam

Use estes modelos como ponto de partida e sempre personalize com o que você sabe do cliente. Escreva como você fala, de forma elegante e breve.

AGRADECIMENTO · 48 HORAS

Oi, Ana! Foi um prazer te atender ontem. Espero que o vestido azul faça muito sucesso no casamento da sua prima. Qualquer ajuste, é só me chamar. Um abraço, Martha

ACOMPANHAMENTO · 3 SEMANAS

Ana, tudo bem? Como foi o casamento? Fiquei curiosa para saber se o vestido funcionou como você imaginou. Se quiser, me manda uma foto!

NOVIDADE PERSONALIZADA

Ana, chegou hoje uma bolsa de viagem em couro natural, leve e sem dourado, do jeito que você comentou que procurava para Lisboa. Separei uma para você ver com calma. Quer passar aqui esta semana?

DATA ESPECIAL

Ana, feliz aniversário! Que seja um ano lindo, com muitas viagens. Preparei uma pequena surpresa para você quando passar por aqui.

CONVITE EXCLUSIVO

Ana, na quinta vamos receber alguns clientes especiais para uma prévia da nova coleção, com café e calma. Adoraria que você viesse. Posso reservar um horário?

CAPÍTULO 7

Os sete erros que afastam o cliente

01 **Julgar pela aparência**

O cliente mais importante do dia pode entrar de tênis e camiseta. Trate todos como se fossem o seu melhor cliente.

02 **Falar mais do que ouvir**

Se você fala 80% do tempo, está vendendo um produto, e não atendendo uma pessoa.

03 **Mostrar opções demais**

Dez opções confundem; três opções bem escolhidas mostram que você entendeu.

04 **Desaparecer depois da venda**

Sem pós-venda, cada venda é a última.

05 **Mensagens genéricas e em excesso**

Listas de transmissão e promoções toda semana transformam você em ruído.

06 **Usar o desconto como argumento**

No luxo, o desconto diminui o valor percebido. Ofereça atenção, tempo e exclusividade.

07 **Esquecer o que o cliente contou**

Perguntar de novo o que ele já disse mostra que ele não foi importante. Por isso, anote.

CAPÍTULO 8

Para quem quer trabalhar no luxo

As grandes marcas recebem muitos currículos. Quem se destaca não é necessariamente quem tem mais experiência, mas quem já pensa e age como um profissional de clienteling.

O que os recrutadores do luxo observam

— **Postura e apresentação:** elegância discreta, cuidado com os detalhes, pontualidade.

— **Escuta:** na entrevista, você faz perguntas e se interessa pelo outro?

— **Mentalidade de relação:** fale de clientes que voltaram por sua causa, não só de metas batidas.

— **Conhecimento da marca:** conheça a história, os ícones e a loja. Visite antes da entrevista.

— **Idiomas e cultura:** no luxo, o cliente pode vir de qualquer lugar do mundo.

No currículo

Troque tarefas por resultados e relações. Em vez de "atendimento ao cliente", escreva "construí uma carteira de 80 clientes recorrentes" ou "recebi o reconhecimento de melhor vendedor(a) da loja". Números e reconhecimentos mostram o que você entrega.

Comece já: mesmo fora do luxo, monte a sua carteira de clientes hoje. Na entrevista, ela é a prova de que você já pratica clienteling.

MÃOS À OBRA

Seu plano de 7 dias

- [ ] **Dia 1:** escolha onde vai guardar a sua carteira de clientes (caderno, planilha ou notas) e crie o modelo de ficha do capítulo 2.
- [ ] **Dia 2:** liste os 20 clientes mais importantes do último ano e preencha o que você já sabe sobre cada um.
- [ ] **Dia 3:** em cada atendimento, faça pelo menos três perguntas abertas e anote as respostas no mesmo dia.
- [ ] **Dia 4:** envie uma mensagem de agradecimento personalizada para todos os clientes que compraram nos últimos 7 dias.
- [ ] **Dia 5:** anote no calendário os aniversários e datas importantes dos seus 20 clientes.
- [ ] **Dia 6:** escolha três clientes e envie uma novidade que combine com os gostos deles.
- [ ] **Dia 7:** revise a semana: quem respondeu, quem voltou, o que você aprendeu. Repita.

Clienteling não é um projeto, é um hábito. Em poucas semanas, seus clientes vão perceber a diferença, e você vai ver isso no resultado.

PRÓXIMO PASSO

Vamos aplicar o método juntos?

Este e-book é o começo. Se você quer aplicar o clienteling no seu negócio ou na sua carreira, com o meu acompanhamento, tenho dois caminhos para você:

MENTORIA EM GRUPO · ZOOM

Clienteling de Luxo

R$ 1.500

Encontro ao vivo de 2 horas, gravação, workbook exclusivo, grupo de WhatsApp por 30 dias e sessão de perguntas e respostas duas semanas depois. Vagas limitadas.

COACHING VIP · 1:1

Programa VIP Individual

R$ 10.000

4 semanas de acompanhamento individual, com uma sessão por semana, exercícios aplicados, acesso direto pelo WhatsApp, workbook exclusivo e revisão do currículo.

Candidate-se em martharamuss.com

© 2026 MARTHA RAMUSS