

MARKETING DIGITAL E VENDAS • EDIÇÃO 2026

COMO VENDER PERFUMES IMPORTADOS

Um método prático para posicionar, divulgar, atender e vender com consistência.

FIL PERFUMES

Material educacional • resultados dependem de execução, mercado, oferta e margem.

NEGÓCIO REAL, MÉTODO REAL

Antes de começar

1. Não existe fórmula mágica: resultado vem de prática, repetição e melhoria.
2. Este curso organiza uma rotina comercial aplicável pelo celular ou computador.
3. Metas financeiras são cenários, não promessas.
4. Compromisso sugerido: 1 hora por dia para estudar, produzir, atender e analisar.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo de rotina: 15 min de estudo, 20 min de conteúdo, 15 min de atendimento e 10 min de análise.

DA PAVUNA PARA CLIENTES EM TODO O BRASIL

Uma história que começou vendendo

1. O interesse por comércio, e-commerce e importação surgiu antes do fim da faculdade.

2. As primeiras vendas aconteceram em corredores, indicações e entregas locais.

3. A evolução veio com persistência, relacionamento e canais digitais.

4. Lição central: começar pequeno, documentar o que funciona e repetir o básico bem-feito.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo: uma entrega local bem atendida gera foto, avaliação, indicação e conteúdo para a próxima venda.

8 MÓDULOS PARA SAIR DA INTENÇÃO E ENTRAR EM OPERAÇÃO

A jornada do curso

1 **Mercado e consumidor 2026**
Entenda como as pessoas descobrem e decidem hoje.

2 **Posicionamento e confiança**
Construa uma marca que reduz o risco da compra.

3 **Produto, estoque e procedência**
Compre certo, registre tudo, informe com clareza.

4 **Conteúdo e canais digitais**
Publique com função definida em cada canal.

5 **Atendimento e conversão**
Conduza a conversa com método, sem pressionar.

6 **Preço, margem e caixa**
Saiba quanto sobra antes de aceitar um pedido.

7 **Tráfego, métricas e otimização**
Invista pequeno, meça e melhore por ciclo.

8 **Fidelização e plano de 30 dias**
Transforme a primeira venda em recorrência.

MÓDULO 1 • O QUE MUDOU E O QUE CONTINUA VALENDO

Mercado de perfumes em 2026

1. Pesquisa começa no digital, mas confiança ainda fecha a venda.
2. Vídeos curtos, reviews e demonstrações orientam a descoberta.
3. Decants e kits de descoberta reduzem a insegurança na primeira compra.
4. Consumidores comparam procedência, prazo, reputação e preço total.
5. Árabes, nicho, contratipos e clássicos disputam atenção: explique diferenças sem desqualificar.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo: um vídeo comparando três perfumes para escritório pode levar o cliente ao WhatsApp já sabendo o que procura.

ELE QUER SEGURANÇA ANTES DE QUERER DESCONTO

O consumidor conectado

1. Consulta avaliações e conteúdo de criadores antes de falar com você.
2. Pergunta sobre fixação, projeção, ocasião e originalidade.
3. Valoriza resposta rápida e recomendação personalizada.
4. Espera clareza sobre troca, frete, prazo e formas de pagamento.
5. Descobre no Instagram ou TikTok e conclui no WhatsApp ou loja online.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo: em vez de oferecer desconto de imediato, pergunte ocasião, estilo, clima e faixa de investimento.

UM PÚBLICO CLARO TORNA A COMUNICAÇÃO MAIS EFICIENTE

Defina quem você quer atender

1. **Presenteáveis**
   Buscam segurança, embalagem bonita e prazo garantido.

2. **Entusiastas**
   Valorizam notas, performance, lote e novidades.

3. **Primeira compra**
   Precisam de educação e baixo risco percebido.

4. **Premium**
   Esperam curadoria, conveniência e atendimento consultivo.

5. **Recorrentes**
   Respondem a reposição, lançamentos e benefícios.

6. **Revenda local**
   Compram volume e pedem margem e constância.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo: para presentes, destaque embalagem, prazo e troca; para entusiastas, notas, lote e desempenho.

MÓDULO 2 • VENDA CURADORIA E SEGURANÇA, NÃO SÓ FRASCOS

Posicionamento que gera confiança

1. Promessa: qual problema sua loja resolve?
2. Prova: avaliações, bastidores, embalagem, nota fiscal e origem.
3. Personalidade: elegante, acessível, técnica ou passional.
4. Consistência: mesma linguagem, cores, critérios e padrão de atendimento.
5. Diferencial: entrega local, consultoria, kits, nicho específico ou pós-venda.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo de diferencial: consultoria de 5 minutos + três opções objetivas + entrega local no mesmo dia.

FÓRMULA DE POSICIONAMENTO

Sua marca em uma frase

1. Para [público], somos uma loja de [categoria] que entrega [benefício principal] com [prova/diferencial].

2. Exemplo: para quem quer acertar no perfume sem comprar no escuro, oferecemos curadoria objetiva, procedência e atendimento próximo.

3. Evite promessas absolutas de fixação: pele, clima e aplicação influenciam a experiência.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo FIL: curadoria de perfumes importados com procedência, orientação clara e atendimento próximo.

MÓDULO 3 • CONFIANÇA SE CONSTRÓI ANTES DA DIVULGAÇÃO

Produto, procedência e estoque

1. Compre de fornecedores documentados e guarde notas e comprovantes.
2. Registre lote, entrada, custo, validade aplicável e condição da embalagem.
3. Fotografe o produto real e informe avarias antes da venda.
4. Crie critérios de conferência: frasco, caixa, borrifador e lacre.
5. Nunca apresente embalagem ou código isolado como prova definitiva de autenticidade.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo de conferência: fotografar caixa e frasco, registrar lote, testar borrifador e arquivar a nota de entrada.

MENOS VARIEDADE PARADA, MAIS GIRO E APRENDIZADO

Comece com estoque inteligente

1. Classifique itens: campeões, recorrentes, sazonais e testes.
2. Comece com poucos SKUs alinhados ao público escolhido.
3. Use pré-venda somente com prazo e condição claramente informados.
4. Defina estoque mínimo e ponto de reposição.
5. Acompanhe dias parados: capital imobilizado também tem custo.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo: 60% do capital em campeões, 25% em recorrentes e 15% em testes de demanda.

PERGUNTE ANTES DE INDICAR

Como recomendar uma fragrância

1. Qual perfume a pessoa já usa e gosta?
2. Prefere fresco, cítrico, floral, doce, amadeirado ou especiado?
3. Vai usar no dia a dia, trabalho, encontro, festa ou presente?
4. Em qual clima e horário do dia?
5. Busca presença marcante ou discrição?
6. Qual faixa de investimento e tamanho desejado?

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo: cliente usa cítricos no trabalho e quer mais presença — indique até três amadeirados frescos dentro do orçamento.

VOCABULÁRIO QUE AJUDA A VENDA

Ensine sem complicar

1. **Saída**
   Primeira impressão após borrifar.

2. **Coração**
   Identidade percebida depois da abertura.

3. **Fundo**
   Notas que permanecem por mais tempo.

4. **Projeção**
   Quanto a fragrância se espalha ao redor.

5. **Fixação**
   Duração percebida, variável por pele e clima.

6. **EDT / EDP / Parfum**
   Concentração, não garantia de desempenho.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo: diga “deixa um rastro moderado por algumas horas” em vez de prometer fixação idêntica em toda pele.

MÓDULO 4 • EQUILIBRE EDUCAÇÃO, PROVA, DESEJO E OFERTA

Conteúdo que atrai e vende

1. Educação: famílias olfativas, aplicação, conservação e escolha.
2. Prova: reviews, depoimentos autorizados e bastidores.
3. Desejo: ocasiões, estilo, comparações responsáveis e storytelling.
4. Oferta: disponibilidade, condição, prazo e chamada clara.
5. Relacionamento: enquetes, perguntas, respostas e comunidade.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo de sequência: ensine uma família olfativa, mostre o frasco real, conte uma ocasião e finalize com disponibilidade.

UM RITMO QUE CABE NA OPERAÇÃO

Calendário semanal simples

1. **SEG**
   Dica prática ou erro comum
2. **TER**
   Demonstração ou review de produto
3. **QUA**
   Enquete e atendimento de dúvidas
4. **QUI**
   Comparação por ocasião ou perfil
5. **SEX**
   Oferta com condição e prazo claros
6. **SÁB**
   Bastidor, entrega ou prova social
7. **DOM**
   Planejamento e reaproveitamento

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo: grave dois vídeos na terça e reaproveite trechos em Stories, Status e catálogo durante a semana.

GANCHO → CONTEXTO → PROVA → AÇÃO

Roteiro de vídeo curto

1. Gancho: “Quer um perfume elegante sem escolher no escuro?”
2. Contexto: apresente ocasião, família olfativa e perfil.
3. Prova: mostre frasco real, embalagem e sua análise honesta.
4. Ação: convide a responder uma pergunta específica no WhatsApp.
5. Legende o vídeo, mostre o produto cedo e corte pausas.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo de CTA: “Você prefere um perfume mais fresco ou mais marcante? Me responda no WhatsApp.”

EVITE PUBLICAR IGUAL EM TODO LUGAR SEM OBJETIVO

Escolha canais com função definida

1. **Instagram**
   Vitrine, relacionamento, Reels e prova social.

2. **TikTok**
   Descoberta, demonstração e busca por conteúdo.

3. **WhatsApp Business**
   Consulta, catálogo, recuperação e pós-venda.

4. **Google Perfil**
   Presença local, avaliações e rotas.

5. **Loja online**
   Catálogo, políticas, pagamento e escala.

6. **E-mail / lista**
   Reposição, lançamentos e base própria.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo: use TikTok para descoberta, Instagram para prova e WhatsApp para diagnóstico e fechamento.

RAPIDEZ COM CONTEXTO, SEM PARECER ROBÔ

Atendimento no WhatsApp

1. Entrada: cumprimente e faça 2–3 perguntas de diagnóstico.
2. Etiquetas: novo contato, indicação enviada, aguardando, pago, enviado, pós-venda.
3. Respostas rápidas: prazo, pagamento, troca, entrega e conservação.
4. Catálogo: foto real, nome, volume, condição e preço atualizados.
5. Peça autorização antes de incluir em listas e respeite a saída.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo de abertura: “É para você ou presente? Qual perfume a pessoa já gosta e quanto pretende investir?”

CADA ETAPA PEDE UMA AÇÃO DIFERENTE

Funil de vendas 2026

1 **DESCOBERTA**
Conteúdo pesquisável e vídeo curto

2 **INTERESSE**
Comparação, guia e demonstração

3 **CONSIDERAÇÃO**
Prova, procedência, política e recomendação

4 **DECISÃO**
Oferta clara, pagamento e entrega

5 **PÓS-VENDA**
Confirmação, orientação, avaliação e recompra

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo: Reel → guia comparativo → conversa no WhatsApp → pagamento → mensagem após a entrega.

CONDUZA SEM PRESSIONAR

Script consultivo em 6 passos

1. Acolha: “Que bom falar com você.”
2. Diagnostique: uso, preferência, referência e orçamento.
3. Resuma: confirme o que entendeu.
4. Recomende: até 3 opções, com o motivo de cada uma.
5. Reduza risco: procedência, prazo, troca e pagamento.
6. Feche: pergunta objetiva sobre opção e entrega.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo de resumo: “Você quer algo elegante, pouco doce, para a noite e até R$ 450. Acertei?”

RESPONDA COM CLAREZA, NÃO COM CONFRONTO

Respostas para objeções comuns

1. **“Está caro.”**
   Compare valor total, procedência, serviço e opções.

2. **“Não sei se vou gostar.”**
   Ofereça diagnóstico, decant ou kit.

3. **“Vou pensar.”**
   Pergunte qual dúvida ainda impede a decisão.

4. **“É original?”**
   Mostre origem, documentação e política da loja.

5. **“Vi mais barato.”**
   Confirme volume, condição, frete e vendedor.

6. **“Depois eu volto.”**
   Combine um retorno com data e motivo.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo para “está caro”: compare volume, procedência, frete e atendimento antes de apresentar uma alternativa.

PROBLEMAS BEM RESOLVIDOS TAMBÉM FIDELIZAM

Atendimento que protege a reputação

1. Responda rápido, mas confirme antes de prometer.
2. Registre pedidos, conversas decisivas e comprovantes.
3. Informe atraso antes que o cliente precise cobrar.
4. Tenha política de troca clara e coerente com a legislação.
5. Peça avaliações após a entrega, sem oferecer vantagem por nota positiva.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo: se houver atraso, avise antes do prazo, explique o cenário e ofereça uma nova previsão realista.

MÓDULO 6 • FATURAMENTO NÃO É LUCRO

Preço, margem e caixa

1. Custo total = produto + frete + taxas + embalagem + pagamento + perdas + aquisição.
2. Margem bruta = (preço − custo do produto) ÷ preço.
3. Margem de contribuição = preço − custos variáveis.
4. Ponto de equilíbrio = despesas fixas ÷ margem de contribuição média.
5. Separe dinheiro pessoal e da operação desde o primeiro dia.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo: vender por R$ 399 não significa lucrar R$ 149; taxas, frete, embalagem e anúncio também consomem a venda.

USE SEUS NÚMEROS REAIS ANTES DE PUBLICAR

Exemplo de precificação

1. **Produto**
   R$ 250
2. **Frete rateado + embalagem**
   R$ 18
3. **Taxa de pagamento**
   R$ 14
4. **Aquisição estimada**
   R$ 20
5. **Custo variável total**
   R$ 302
6. **Venda sugerida**
   R$ 399
7. **Contribuição estimada**
   R$ 97

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo: R$ 399 − R$ 302 = R$ 97 de contribuição, ou 24,3% do preço de venda.

METAS DEVEM ORIENTAR, NÃO PROMETER

Transforme a meta em atividade

1. Defina meta mensal de contribuição, não apenas faturamento.
2. Divida pela contribuição média por pedido.
3. Use sua taxa de conversão para estimar conversas necessárias.
4. Exemplo: 40 pedidos ÷ 20% = 200 conversas qualificadas.
5. Revise semanalmente ticket, margem, devoluções e custo de aquisição.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo: para 40 pedidos com conversão de 20%, busque 200 conversas qualificadas no mês — cerca de 7 por dia.

MÓDULO 7 • COMECE PEQUENO, MEÇA E APRENDA

Publicidade com controle

1. Escolha um objetivo por campanha: mensagens, vendas ou remarketing.
2. Use criativos que mostram produto, contexto e oferta real.
3. Teste uma variável por vez: gancho, público, criativo ou oferta.
4. Defina orçamento, duração e critério de pausa antes de ativar.
5. Respeite as políticas da plataforma e direitos sobre marcas e imagens.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo de teste: mantenha público e oferta, troque apenas o gancho do vídeo e compare o custo por conversa.

POUCOS NÚMEROS, DECISÕES MELHORES

Painel essencial

1. **Alcance e retenção**
   O conteúdo prende atenção?

2. **Cliques e conversas**
   Desperta intenção real?

3. **Taxa de resposta**
   O atendimento acompanha a demanda?

4. **Conversão**
   Quantas conversas viram pedidos?

5. **Ticket e margem**
   Vender está valendo a pena?

6. **CAC e recompra**
   Quanto custa conquistar e manter?

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo: se as conversas crescem e as vendas não, revise diagnóstico, recomendação, confiança e condição comercial.

ACELERE O TRABALHO SEM TERCEIRIZAR O JULGAMENTO

IA como assistente em 2026

1. Ideias e variações de roteiro alinhadas ao seu tom.
2. Resumo de dúvidas frequentes e organização de respostas.
3. Descrições iniciais de produtos, sempre revisadas.
4. Análise de planilhas sem expor dados pessoais desnecessários.
5. Nunca invente avaliação, procedência, estoque ou característica.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo de comando: “Crie três versões deste roteiro para um público que busca perfume elegante para trabalhar.”

MÓDULO 8 • A SEGUNDA VENDA COMEÇA NO PÓS-VENDA

Fidelização e comunidade

1. Confirme entrega e pergunte sobre a experiência.
2. Ensine conservação: calor, luz e umidade prejudicam o produto.
3. Registre preferências com consentimento.
4. Crie lembretes de reposição e ocasiões relevantes.
5. Ofereça benefícios sustentáveis: prioridade, kits, conteúdo e eventos.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo: sete dias após a entrega, pergunte sobre a experiência e registre a família olfativa preferida com autorização.

EXECUTE EM QUATRO CICLOS

Plano de ação — 30 dias

1
SEMANA 1
Público, posicionamento, fornecedores, custos e políticas

2
SEMANA 2
Catálogo, fotos, WhatsApp, scripts e calendário

3
SEMANA 3
7 conteúdos, prospecção, atendimento e primeiras ofertas

4
SEMANA 4
Métricas, feedback, reposição, otimização e novo ciclo

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo de meta do ciclo: publicar 7 conteúdos, gerar 30 conversas qualificadas e fechar as primeiras 6 vendas.

UMA OPERAÇÃO CONFIÁVEL CABE EM UMA PÁGINA

Checklist antes de vender

1. Fornecedor e procedência verificados
2. Custo total e margem calculados
3. Estoque e prazo atualizados
4. Fotos e descrição fiéis ao produto
5. Política de pagamento, entrega e troca disponível
6. Script de diagnóstico e objeções pronto
7. Dados do cliente protegidos
8. Pós-venda e pedido de avaliação programados

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo prático: faça a conferência completa antes de anunciar cada novo produto no catálogo.

ATUALIZE COM PROFISSIONAIS DA SUA REALIDADE

Atenção legal e fiscal

1. Formalização, emissão fiscal e tributação dependem do enquadramento e da localidade.
2. Vendas online exigem informação clara sobre produto, preço, frete, prazo e arrependimento.
3. Publicidade deve ser identificável, verdadeira e comprovável.
4. Consulte contador e orientação jurídica: este curso é educacional.

COMECE, REGISTRE, APRENDA E MELHORE

O básico bem-feito, todos os dias

1. Escolha um público e uma promessa.
2. Monte uma oferta confiável.
3. Produza conteúdo útil com constância.
4. Atenda com método e registro.
5. Conheça sua margem antes de descontar.
6. Cuide do cliente depois da venda.

EXEMPLO PRÁTICO

Exemplo de rotina diária: publicar, responder, registrar, acompanhar pedidos e revisar um indicador.



COLOQUE O CURSO EM PRÁTICA HOJE

Seu próximo passo

Escreva sua frase de posicionamento.
Selecione 5 produtos para o catálogo inicial.
Grave um vídeo usando o roteiro deste curso.
Faça 10 atendimentos com diagnóstico completo.
Registre conversão, ticket e margem.

FIL PERFUMES