Manual da

Clínica que Converte

O sistema completo para converter mais, vender melhor e fidelizar pacientes na Harmonização Facial.

facialacademy

Facial Academy
Manual da clínica que converte : o sistema completo para converter mais, vender melhor e fidelizar pacientes na harmonização facial / Facial Academy. – Cascavel, PR : Facial Academy, 2026.

91 p. ; il., color.

Escrito por:
Vínicius Antonio Matos de Souza

Diretor Criativo:
Edegar José Cappellari Junior

Projeto Gráfico e Direção de Arte:
Josias Beraldo
Andrei Viega

ISBN 9786598022686

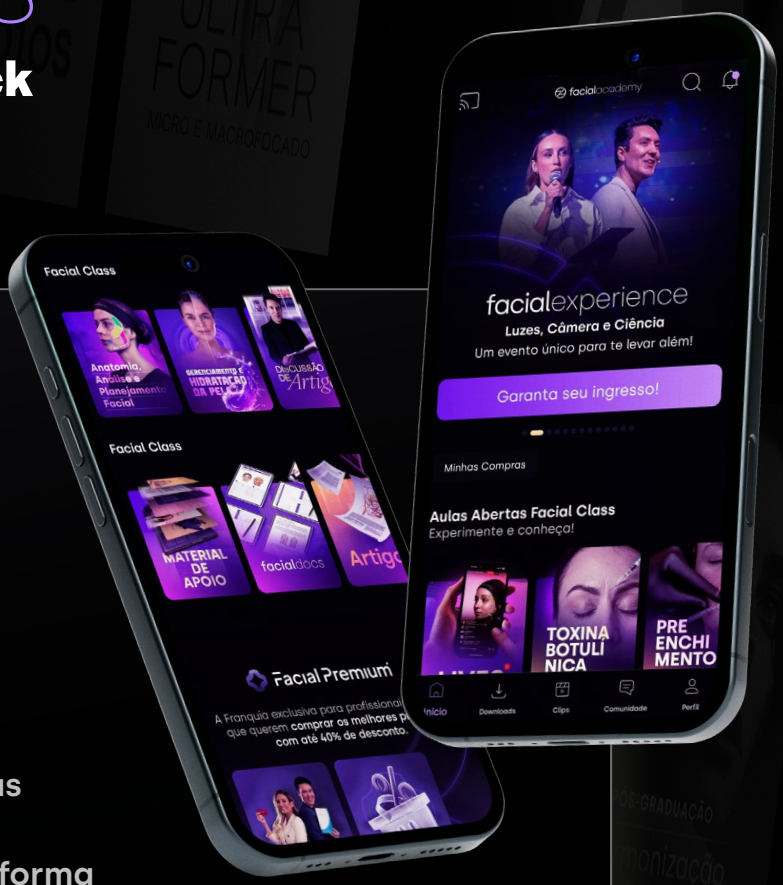
1. Clínicas de estética – Marketing 2. Clínica de estética - Administração 3. Vendas – Técnicas 4. Atendimento ao cliente – Estratégias I. Título

26-1580 CDD 617.522

Índices para catálogo sistemático:
1. Clínicas de estética – Gestão e marketing

facialclass

plano**black**



O Plano Black é o plano mais completo da Facial Class para profissionais que querem a experiência completa.

É o plano com todos os benefícios e vantagens exclusivas para quem quer ter acesso a absolutamente tudo que a plataforma oferece, com um suporte exclusivo e experiências únicas.

Aqui você não apenas estuda, você faz parte de um grupo seleto de profissionais que compartilham a mesma busca por excelência.

Seu passaporte para a plataforma mais completa da HOF

Seja Black. Seu acesso premium à harmonização orofacial **está aqui**

O plano Black inclui:



Acesso total à Facial Class:

Todas as aulas disponíveis na plataforma,
+ cursos premium exclusivos como:

- Bioestimuladores PRO
- Profhilo
- Marketing Criativo
- Ultraformer Facial
- Facial Planning
- Expert em Lábios 2.0
- Intercorrências na HOF
- E muito mais.

Gravações exclusivas dos eventos:

Acesso completo às gravações do Facial Experience 2024 e Workshop Full Face para revisar sempre que quiser.

Encontros mensais exclusivos:

Sessões online apenas para assinantes Black, com conteúdos e discussões que não acontecem em outros lugares.

Inteligência Artificial personalizada:

Ferramentas específicas para ganho de seguidores e desenvolvimento de autoridade em vendas na harmonização orofacial.

Se você quer estar sempre um passo à frente, esse é o seu plano!

Facial Premium

Com a Facial Premium, sua clínica continua do seu jeito!

Você tem acesso aos melhores produtos, com preços exclusivos que aumentam seu lucro em cada procedimento.

Mais liberdade, mais resultado e muito mais leveza na sua rotina



✗ **Sem reforma**

Mantenha a sua clínica como ela é.

✓ **Royalties fixos:**

Pagamento mensal previsível.

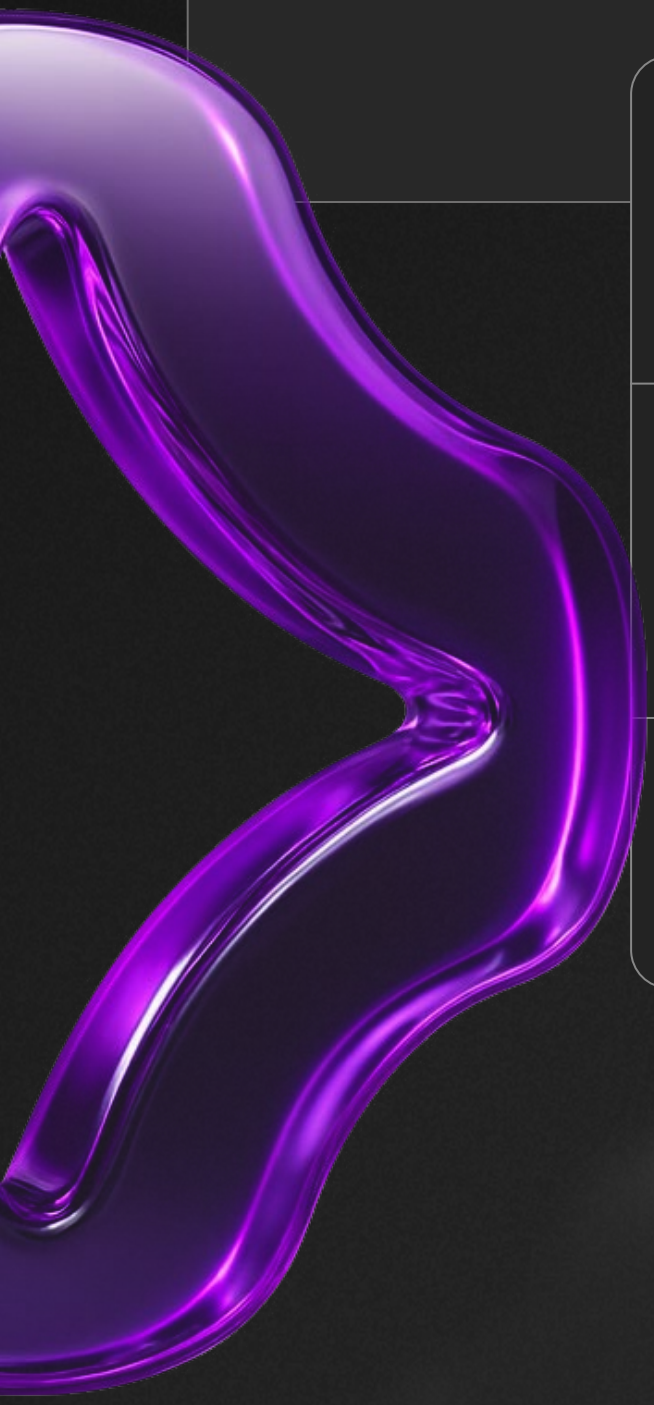
✓ **Descontos exclusivos:**

Preços especiais direto da indústria.

Até 40% de desconto nos melhores produtos!

A diferença começa na primeira compra, com desconto em produtos originais direto da indústria.

Tudo em um e-commerce exclusivo para franqueados: prático, rápido e sem intermediários



1. Dysport, Restylane, Sculptra, Rennova, Galderma, Merz e muito mais.

2. Compre o que precisar, quando quiser e fature mais em cada atendimento.

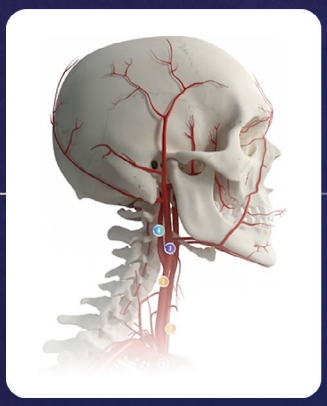
3. Essa é a força de ser Facial Premium

Escaneie o QR Code e fale com nosso time agora mesmo!

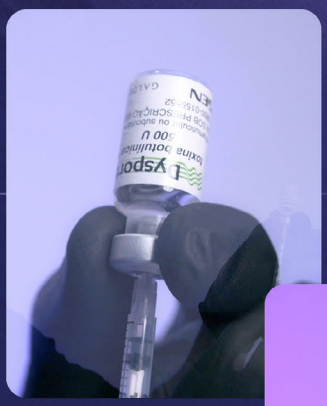
PÓS-GRADUAÇÃO

Harmonização Facial

Leve sua carreira para o próximo nível!









Interessado em se aprofundar na harmonização facial?

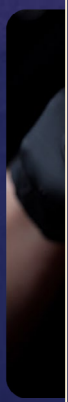
Aprenda de forma prática, segura e com suporte de professores referência no Brasil.

Sua trajetória para se tornar um profissional de destaque começa aqui.

A Pós-Graduação da Facial Academy foi pensada para profissionais que querem realmente dominar a área. São 18 meses de formação completa, onde você vai desde a anatomia mais avançada até as técnicas mais modernas do mercado.

Tudo com muita prática supervisionada e aquela base científica sólida que faz a diferença na hora de atender seus pacientes com segurança.





Saiba mais sobre as próximas turmas e como funciona.
Escaneie aqui:

workshop

Existe um momento na carreira em que o ambiente muda tudo.



É quando a experiência começa a acelerar a sua evolução.

Quando você sai do conteúdo e entra em um espaço onde decisões são feitas ao vivo. Com pacientes reais. E profissionais que já dominam o que você está construindo.
É nesse ponto que tudo começa a ganhar velocidade.

Workshops

Ambiente

Você entra no ambiente onde o raciocínio clínico ganha profundidade.

Profissionais

Profissionais referência em harmonização facial compartilham como analisam, decidem e conduzem seus atendimentos

Manhã

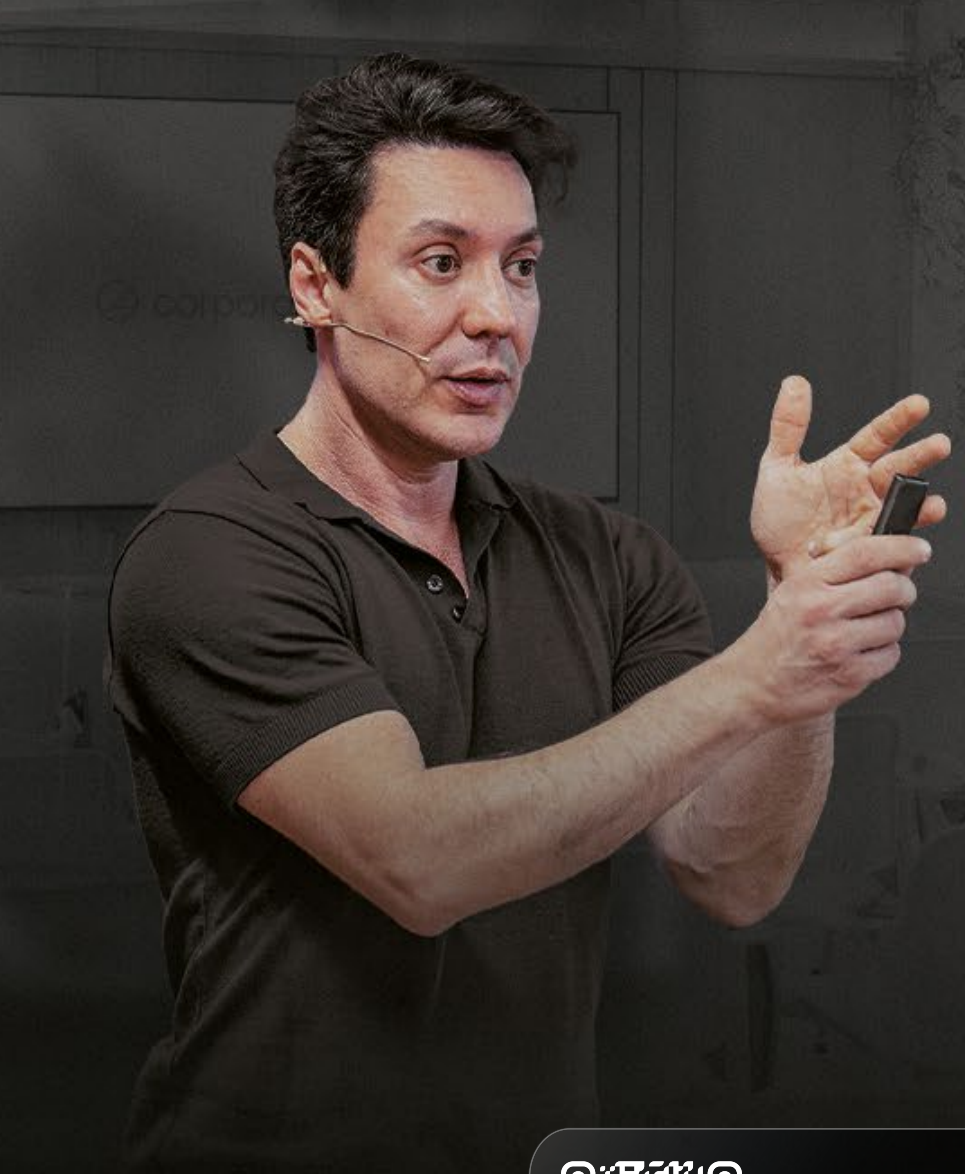
Manhã dedicada ao raciocínio por trás de cada decisão.

Tarde

À tarde, os procedimentos acontecendo ao vivo.

Workshop

Leia o **QR code** e conheça mais sobre os Workshops



Cursos Presenciais

Aqui, você entra na prática.
Com acompanhamento próximo dos professores **Wagner** e **Camila** e uma equipe de tutores ao seu lado durante toda a execução.

Horas de imersão com pacientes modelo. Técnica, raciocínio e confiança se constroem juntos. O que antes parecia intuitivo, passa a ser decisão consciente.

Cursos presenciais
Leia o **QR code** e conheça mais sobre os cursos presenciais

Diferentes formas de viver a experiência presencial em Estética Facial.

O mesmo objetivo: evoluir sua forma de pensar e atuar.
Os próximos encontros **já estão disponíveis**. Escolha como você quer viver essa experiência.



Sumário

01 **Guia de conversão - do contato ao agendamento** 11

Antes de começar 12

Princípios-Chave 13

Objeções no agendamento 14

Confirmação de agendamento 20

Follow-up estratégico 22

02 **Guia de quebra de objeções na consulta** 23

Como usar este guia 24

Objeções na consulta 25

Postura na devolutiva 34



03 **Roteiro da consulta que converte** 35

Glossário rápido 36

Antes da paciente chegar 37

Etapas da consulta 38

Checklist de autoavaliação 57

Resultado da consulta 58

04 **Passo a passo da consulta - Como fazer na ordem certa** 59

Glossário rápido 60

Antes da paciente chegar 61

Passo a passo da consulta 62

Pós-consulta e retorno 71

Checklist pós-consulta 72





05 **Guia de campo do comercial** 73

Glossário rápido 74

Primeiro contato 75

Confirmação de agendamento 77

Follow-up 78

Objeções rápidas no WhatsApp 79

Segmente seus leads 80

06 **Referência rápida: frases, analogias e situações** 81

Glossário rápido 82

Frases que vendem 83

Frases que matam a venda 84

Banco de analogias 86

Situações-limite 87

Tradução técnico humano 89



01

Guia de conversão do

Contato ao Agendamento



Antes de começar

O comercial é o coração da receita da clínica. Se ele é ruim, vira um tirador de pedidos e a clínica nunca escala. Seu papel não é apenas agendar — é conectar a arte da profissional a uma necessidade real de transformação.

Quando o lead resiste, ele não está rejeitando você. Ele está protegendo o próprio cérebro de uma decisão que parece arriscada. A maioria das objeções que você ouve — preço, tempo, 'vou pensar' — são proteções emocionais, não argumentos racionais.

NEUROCIÊNCIA: *O Sistema 1 (Kahneman) é rápido, emocional e protetor. Quando o paciente diz 'vou pensar', é o Sistema 1 tentando evitar risco. Perguntas estratégicas ativam o Sistema 2 — analítico e racional — forçando uma reavaliação consciente.*

"Pessoas não compram quando entendem. Compram quando se sentem compreendidas."

Patrick Renvoisé - Neuromarketing

Princípios-Chave

• Velocidade mata objeção — Quando passa a emoção, o lead desiste. Responda rápido, mesmo fora do horário.

• Foco no lead morno — O quente converte sozinho. O frio raramente converte. Todo o seu esforço deve ser no morno: é ele que a conexão transforma.

• Aversão à Perda (Kahneman) — Pessoas sentem a dor de perder 2x mais do que o prazer de ganhar.

• Espelhamento (Chris Voss) — Devolver a fala com pergunta ativa cria conexão e desativa resistência.

• Silêncio Estratégico (Damásio) — O silêncio após a pergunta força o marcador somático, a emoção que precede a decisão.

• Contraste de Custos — Comparar com o custo de NÃO resolver reposiciona a percepção de preço.

• O objetivo é trazer para a clínica, não vender pelo WhatsApp — Nunca passe valor de plano de tratamento no primeiro contato. Quando você diz 'nosso protocolo começa a partir de R$3.500', cria uma barreira de preço antes de gerar desejo. Todo o esforço é para agendar a consulta presencial.

• Pé na Porta (Foot in the Door) — Se o lead resiste, atraia pela porta de entrada mais acessível: a consulta. Dentro da clínica, a experiência e a venda sensorial fazem o trabalho pesado. Quem entra pela porta, fecha.

Calibre suas expectativas

Uma boa taxa de conversão é 15-20%. Isso significa que de 100 leads, 85 dirão não. Alinhe isso com a equipe. O sucesso está no processo, não em fechar todos.





Objeções no agendamento

5 resistências mais comuns
antes da consulta

01

"Consulta paga? Prefiro gratuita."

NEUROCIÊNCIA

Viés de gratuidade: o cérebro supervaloriza o 'grátis' mesmo quando a qualidade é inferior. Mas lembre-se: o valor da consulta não é o que posiciona você — é a cobrança antecipada que filtra quem realmente quer resolver.

• Me conta: o que exatamente te motivou a procurar esse tratamento agora?

• Na sua experiência, algo gratuito já te entregou um diagnóstico profundo e um plano personalizado?

• A consulta da Dra. [nome] é diferente de uma avaliação rápida. São [X] minutos dedicados exclusivamente a você, onde ela monta uma estratégia completa para o seu rosto.

• O que sai mais caro: investir na análise correta ou corrigir um procedimento mal planejado depois?

• Imagina sair daqui sabendo exatamente o que você precisa fazer no seu rosto para melhorar essa questão que você me trouxe. Vamos agendar?

02

"Tá caro?"

NEUROCIÊNCIA

Ancoragem de preço (Cialdini): sem referência de comparação, qualquer valor parece alto. Reposicionar o custo de NÃO resolver desfaz a comparação.

• Comparado a quê, especificamente?

• Quanto você já investiu tentando resolver isso de outras formas?

• Se resolvesse de forma definitiva, ainda seria caro?

• Se fosse metade do valor, agendaria agora? (Se sim, a objeção é financeira. Se não, existe outra dúvida que preciso entender.)

• Só pra eu entender melhor: o que te trouxe até aqui foi algo que te incomoda há quanto tempo?

03

"Vou pensar."

NEUROCIÊNCIA

'Vou pensar' raramente significa reflexão — significa fuga. 9 em 10 vezes, quem diz 'vou pensar' não volta. Perguntas diretas reativam o Sistema 2 e revelam a objeção real.

• Claro, e eu sou a melhor pessoa para te ajudar a pensar nisso. O que exatamente precisa avaliar?

• Qual é a sua maior dúvida neste momento — o tratamento em si ou o investimento?

• Posso te ajudar a esclarecer agora? Se tiver alguma questão técnica, te explico aqui mesmo.

• O que pode acontecer se você continuar adiando?

• O que te daria segurança suficiente para decidir agora?

04

"Só quero saber o preço"

NEUROCIÊNCIA

Atalho cognitivo: o cérebro simplifica uma decisão complexa reduzindo-a a um número. Se você só joga um preço, perde a chance de criar desejo. Mas não esconda o valor — dê uma faixa e redirecione para a consulta.

• Entendo sua pergunta. Olha, se eu falar R$500 você pode achar barato demais e desconfiar. Se eu falar R$15 mil, pode achar caro sem entender o porquê.

• O valor mínimo dos procedimentos da Dra. [nome] é R$[X]. Pode ser [X], pode ser [Y], depende do que o seu rosto precisa.

• Mas isso não significa que você vai ter que fazer tudo. O importante é você vir, entender o que precisa, e decidir com clareza.

• Imagina sair da consulta sabendo exatamente o caminho para melhorar essa questão que te incomoda. Vamos agendar? Você vem, toma um café com a gente e a Dra. faz o melhor atendimento pra você.

05

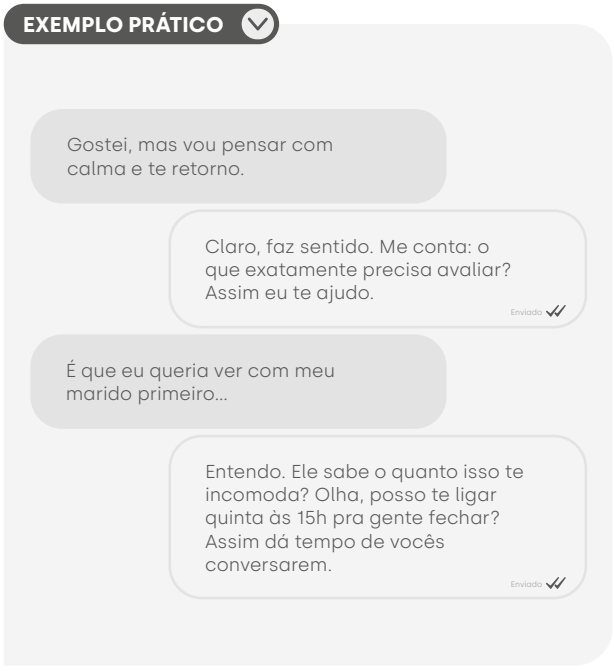
"Agora não."

NEUROCIÊNCIA

Viés do presente (Kahneman): o cérebro prioriza conforto imediato sobre ganho futuro. A pergunta 'quando seria o momento ideal?' quase sempre revela que não existe um momento ideal.

- Quando seria o momento ideal pra você?
- O que precisa acontecer para isso virar prioridade?
- Isso tende a melhorar sozinho ou a piorar com o tempo?
- Se continuar como está por mais 1 ano, como imagina que vai se sentir?
- Você veio até aqui por algum motivo. O que te motivou?

EXEMPLO PRÁTICO



Confirmação de agendamento, protocolo em 3 etapas

Depois que o lead agendou, ele precisa confirmar com o pagamento antecipado. Se não confirmar, siga esta sequência:

DIA 1

(após enviar os dados para pagamento): "[Nome], tá tudo certo pra sua consulta? Preciso do comprovante até amanhã pra segurar o seu horário, ok?"

DIA 2

(sem resposta): "[Nome], consegue me dar um retorno?"

DIA 3

(sem resposta): "[Nome], infelizmente estamos liberando o seu horário pra abrir pra outra paciente. Assim que desejar agendar de novo, nos chame."

REGRA:

A confirmação só existe mediante pagamento antecipado. Paciente que não se compromete financeiramente tem altíssima chance de não comparecer.

Follow-up estratégico

Nunca deixe o próximo contato na mão do lead. Você agenda quando vai retornar. Se o lead sumiu, use a dor que ele mesmo verbalizou para reconectá-lo.

Modelo de follow-up

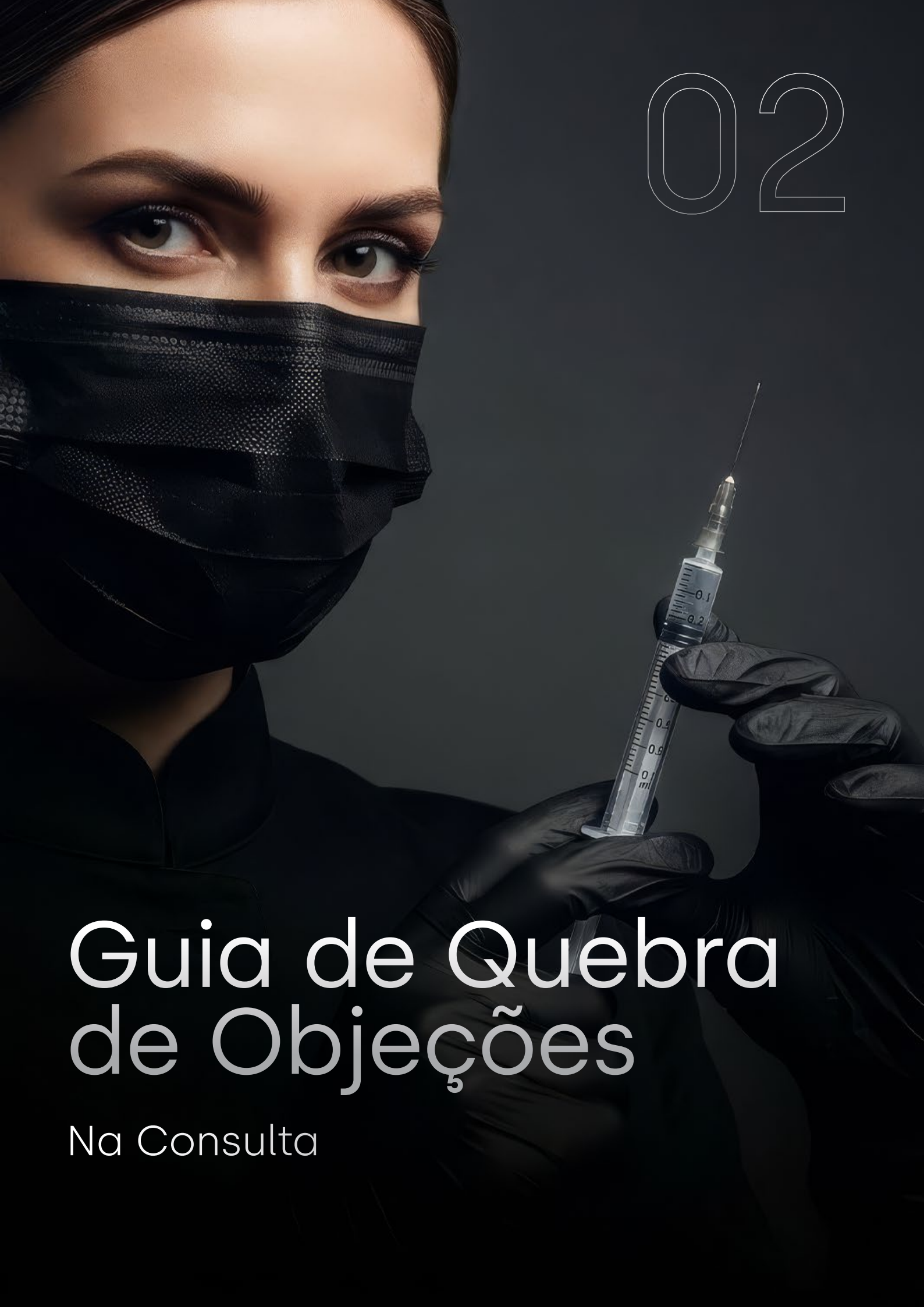
"[Nome], lembro que você me falou sobre o quanto [dor específica que o lead mencionou] vem te incomodando. Acredito que esse seja o melhor momento pra você resolver isso de vez. O que pode estar te impedindo de dar o próximo passo?"

Regra de ouro do follow-up

Nunca cobre resposta sobre o agendamento. Reconecte com a dor. A dor é o gatilho que fez o lead chegar até você — use o que ele mesmo disse.

Lembre-se

O objetivo nunca é pressionar. É conduzir com segurança. Quando você faz as perguntas certas, o próprio lead encontra as respostas. A venda boa mora nos detalhes. Seja constante e técnico — é impossível ser vencido.



02

Guia de Quebra de Objeções

Na Consulta

Como usar este guia

Dentro da consulta, a objeção nunca é o problema real. Ela é um sintoma: medo, insegurança, necessidade de controle ou falta de clareza.

As razões que o paciente declara quase sempre mascaram objeções ocultas. Quando ele diz 'tá caro', pode estar sentindo medo do resultado. Quando diz 'vou pensar', pode não confiar ainda na sua condução. Seu papel é investigar o que está por trás, não rebater o que está na superfície.

POSTURA: AMANTE GOVERNANTE

Nas etapas de escuta e conexão, seja Amante: delicadeza, empatia, acolhimento. Na hora de apresentar o plano e o preço, ative o Governante: autoridade, firmeza e confiança. Você pode ser maravilhosa, delicada — e firme. Se só tem delicadeza, não consegue fechar planos de R$ 10-15 mil.

MAPA DE RESISTÊNCIAS

Financeira: "Tá caro" — percepção de valor vs. preço

Temporal: "Vou pensar" / "Agora não" / "Vou esperar" — fuga emocional

Controle: "Preciso falar com meu marido" — busca de validação ou evitação

Medo: "Tenho medo de ficar artificial" — referências negativas externas

Fragmentação: "Quero fazer só X" — resistência ao plano completo

Prioridade: "Não é prioridade" / "Não tenho tempo" — autossabotagem



Objeções na consulta

8 cenários com fundamentação em neurociência

01

"Tá caro."

NEUROCIÊNCIA

O preço sem referência é abstrato. Reposicionar o custo de NÃO fazer desfaz a comparação. Apresente o valor em partes (nariz R$X, lábio R$Y) em vez de um total assustador.

- Comparado a quê, especificamente?
- Quanto está te custando emocionalmente continuar como está?
- O que te incomoda mais: o valor ou continuar convivendo com isso por mais um ano?
- Se parcelado em [X] vezes, ainda seria impeditivo?
- Se resolvesse definitivamente, ainda seria caro?

02

"Vou pensar."

NEUROCIÊNCIA

A fuga para 'pensar' é o Sistema 1 evitando risco. Não deixe o paciente sair com a decisão em aberto sem antes entender a objeção real.

• Claro, e eu sou a melhor pessoa para te ajudar a pensar. O que precisa avaliar?

• Existe alguma dúvida técnica que eu possa esclarecer agora?

• Você está insegura quanto ao resultado ou à decisão financeira?

• Se dependesse só de você, sem consultar ninguém, faria hoje?

• O que te daria segurança para decidir agora — ver mais casos? Entender o processo?

03

"Preciso falar com meu marido."

NEUROCIÊNCIA

A fuga para 'pensar' é o Sistema 1 evitando risco. Não deixe o paciente sair com a decisão em aberto sem antes entender a objeção real.

- Ele sabe o quanto isso te incomoda?
- Se dependesse exclusivamente de você, faria?
- O que ele diria se soubesse o quanto isso impacta sua autoestima?
- Posso te ligar [dia] às [hora] para conversarmos depois que vocês falarem? Assim não perdemos o que planejamos aqui.
- Se quiser, ele pode vir na próxima consulta para tirar as dúvidas dele diretamente comigo.

04

"Tenho medo de ficar artificial."

NEUROCIÊNCIA

Aversão ao risco amplificada por referências negativas na mídia e em resultados ruins de outros profissionais. Valide o medo antes de redirecionar — e mostre casos reais.

• O que pra você seria artificial, especificamente?

• Já viu algum resultado que te assustou? Me mostra pra eu entender sua referência.

• Olha esse caso aqui — essa paciente tinha a mesma preocupação que você. Olha o resultado: natural, harmonioso.

• A minha especialidade é exatamente essa: resultado que ninguém percebe que foi feito.

• Você prefere um resultado natural com estratégia ou continuar convivendo com o incômodo?

05

"Quero fazer só X."

NEUROCIÊNCIA

O cérebro busca sensação de controle reduzindo o escopo. Se você aceita passivamente, vira uma tiradora de pedidos. Seu papel é mostrar que o resultado completo depende de uma estratégia integrada.

• Entendo, e posso fazer só isso. Mas preciso ser honesta: se fizer só [X], eu comprometo o resultado estrutural.

• Busca melhora parcial ou uma transformação real?

• Se dividirmos em etapas estratégicas, começando pelo mais impactante, faria sentido?

• Prefere investir uma vez na solução completa ou investir aos poucos e no final gastar mais?

• Qual é a sua maior preocupação em relação ao plano completo — o valor ou o processo?

06

"Agora não é prioridade."

NEUROCIÊNCIA

Autossabotagem — o paciente está ali, mas o cérebro reclassifica a dor como 'tolerável'. Se não fosse prioridade, ela não teria vindo.

• Se não era prioridade, o que te fez vir até aqui hoje?

• Quando isso vai deixar de incomodar?

• Tende a melhorar por conta própria?

• Já adiou antes? O que mudou de lá pra cá?

• Todo dia você se olha no espelho e se incomoda com isso. Até quando vai esperar?

07

“Não tenho tempo.”

NEUROCIÊNCIA

‘Não tenho tempo’ quase sempre significa ‘ainda não é importante o suficiente’. Reconecte com a dor.

• Há quanto tempo convive com essa insatisfação?

• Quanto tempo, de fato, leva pra resolver? (Geralmente menos do que a pessoa imagina.)

• Prefere gastar tempo se incomodando diariamente ou resolver de vez em [X] sessões?

• Isso está impactando sua rotina, seu humor, como você se sente?

• Se fosse rápido e estruturado, encaixaria na agenda?

08

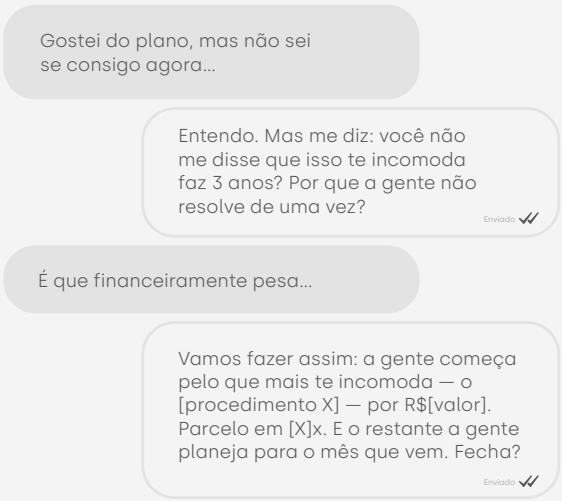
"Vou esperar."

NEUROCIÊNCIA

Viés do status quo: o cérebro prefere o conhecido, mesmo desconfortável. 'Esperar' é sinônimo de 'aceitar'.

- Esperar resolve o que te trouxe aqui?
- O que exatamente espera que mude?
- Já esperou antes? E o que aconteceu?
- Tende a melhorar sozinho ou o envelhecimento vai agravar?
- O que mudou desde a última vez que adiou?

EXEMPLO PRÁTICO



Postura na devolutiva

• Nunca rebata diretamente. Devolver com pergunta mantém o paciente ativo na decisão.

• Valide o sentimento antes de redirecionar. 'Entendo' é mais poderoso que 'Mas...'.

• Silêncio depois da pergunta. O desconforto do silêncio é seu aliado — não preencha o vazio.

• Quando o paciente hesitar, volte para a emoção: relembre a dor que ele verbalizou no início.

• Não tenha medo do 'não'. Pode ser o melhor fechamento do mês seguinte.

• Não entregue o plano de tratamento por escrito na primeira consulta. O paciente usa o documento para pesquisar preço no concorrente.

• Nunca use a palavra 'combo' ou 'promoção'. O procedimento de vocês é luxuoso demais pra isso. Se for dar condição especial, chame de 'plano diferenciado' ou 'economia' — nunca combo.

• Não projete sua realidade financeira no paciente. Muitas profissionais não apresentam o plano completo porque acham caro — baseado no próprio bolso. A realidade financeira do paciente não é a sua. Apresente o plano ideal sempre.

• Em vez de dar desconto, pergunte o orçamento. 'Quanto cabe pra você hoje?' — e adapte o plano ao valor declarado. Isso preserva sua autoridade e elimina a sensação de desconto. Você não baixou o preço. Você montou um plano dentro do que ela pode investir agora.



03

Roteiro da Consulta que Converte

Roteiro estratégico por etapas

Glossário Rápido

Consulte aqui se algum termo for novo pra você

Rapport — Conexão de confiança entre você e a paciente — quando ela sente que você a entende

Postura Amante — Acolhimento, empatia e cuidado — usada nas etapas de escuta e conexão

Postura Governante — Autoridade, firmeza e confiança — usada na hora de apresentar o plano e o preço

Venda sensorial — Explicar o plano de forma visual e tátil — desenhando, apontando no rosto, mostrando no espelho

Full Face — Projeto completo pro rosto — trabalhando todas as áreas que conversam entre si

Upsell — Vender um próximo procedimento pra quem já é paciente

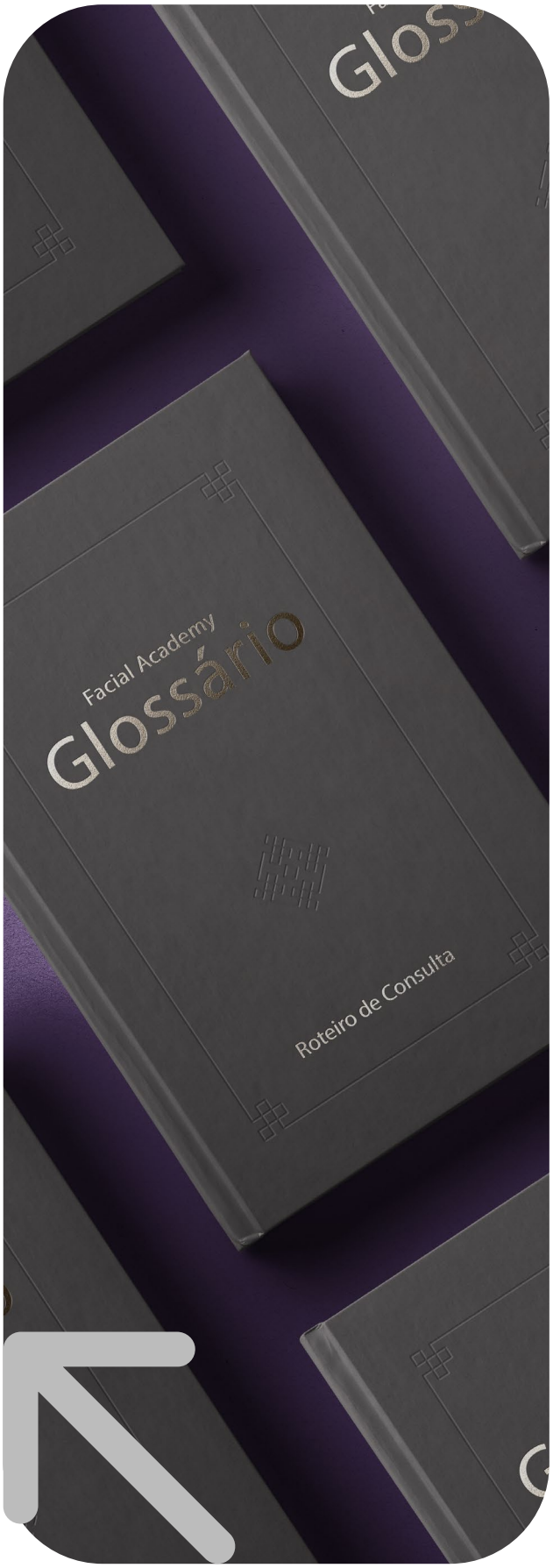
Ancoragem — Criar uma referência de valor na mente da paciente antes de apresentar o preço

Prova social — Mostrar que outras pacientes já fizeram e ficaram satisfeitas (fotos, depoimentos)

Escassez — Agenda limitada — criar urgência genuína mostrando que suas vagas são finitas

Plano ideal — O plano de tratamento completo — sempre apresentado primeiro

Plano B — Começar pelo procedimento principal quando o plano completo não fecha



Antes da paciente chegar

Gestão emocional da profissional

Se você está frustrada, cansada ou insegura, transmite isso e a venda morre antes de começar. Antes da consulta, mude seu estado: coloque uma música que te energize, visualize um atendimento de sucesso, reveja um caso que te orgulha. Aja como se a venda fosse certa. A profissional com mentalidade de injetora foca só na técnica, frustra quando não vende e leva pro pessoal. A com mentalidade de empresária entende que venda é processo, que terá meses bons e ruins, e que cada 'não' é dado — não derrota. Na prática: a injetora cancela o dia quando perde uma venda. A empresária revisa o checklist e atende a próxima.

Questionário pré-consulta

Envie um questionário ANTES da paciente chegar. Perguntas: 'O que você mais gostaria de mudar?', 'Há quanto tempo isso te incomoda?', 'O que espera do resultado?', 'Já fez algum procedimento estético antes?'. Analise as respostas antes da consulta e abra a conversa usando as palavras dela: 'Você me disse no questionário que quer se sentir 10 anos mais jovem. Vamos trabalhar exatamente isso.' O rapport é instantâneo — ela se sente ouvida desde o primeiro segundo

ETAPA 01

Quebra de gelo e posicionamento

Assumir liderança desde o primeiro segundo. 2–3 min

Por que funciona:

A primeira impressão define o tom de toda a conversa. Se você entra como 'aplicadora de produto', a paciente te trata como prestadora de serviço. Se entra como estrategista, te trata como autoridade. Aqui você é Amante: acolhimento, conexão, empatia.

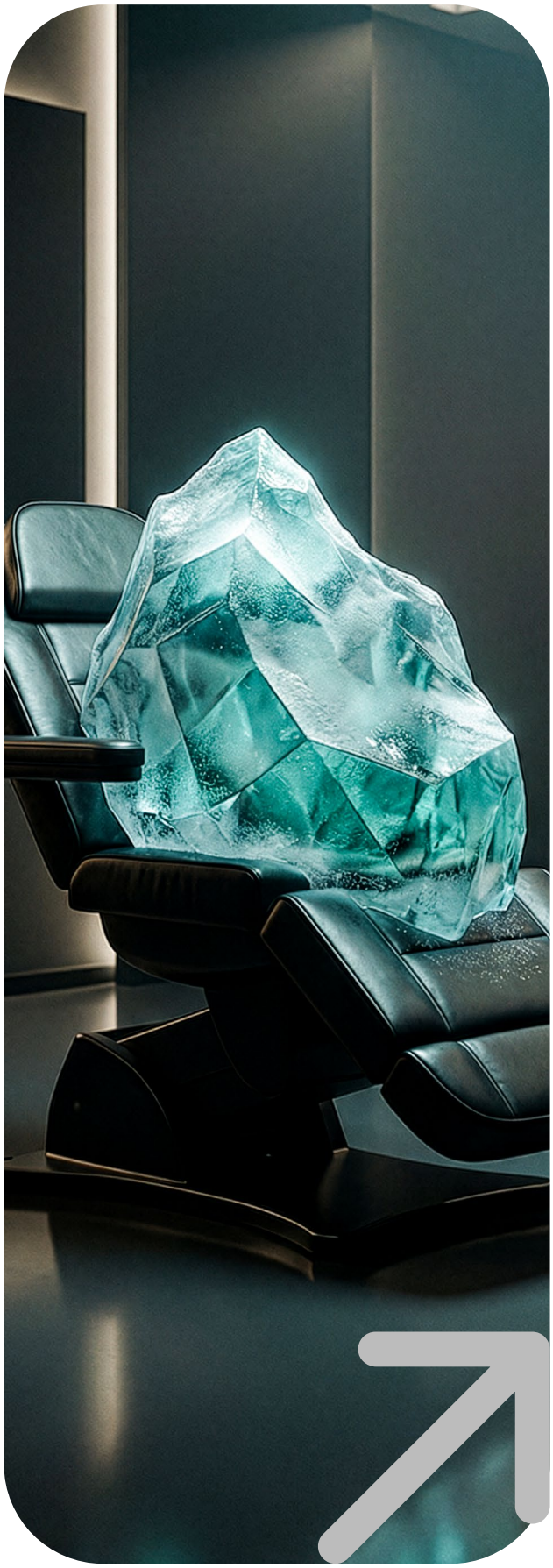


"Hoje eu vou fazer uma análise estrutural completa do seu rosto. Meu papel aqui não é aplicar produto — é desenhar uma estratégia de elevação do seu bem-estar."

Diga essa frase olhando nos olhos, antes de qualquer exame. Você define o tom: consultório estratégico, não balcão de procedimentos.

O que não fazer

Não comece falando de procedimentos. Não pergunte a idade. Não use termos como 'rostinho' ou 'amiga'. Trate como adulta que busca transformação.



Reduza o estresse da paciente antes de começar

Paciente estressada não compra. Se atrasou, justifique com empatia: *'Tivemos um imprevisto na agenda, mas a Dra. quer dedicar todo o tempo da consulta exclusivamente pra você.'* Ambiente acolhedor (chá, música baixa, aroma), comunicação clara sobre cada etapa e um sorriso genuíno ao receber — tudo isso acalma e abre a paciente pra decisão.

Espelhamento sutil

Rapport não é imitar — é se adaptar ao ritmo da paciente. Se ela fala baixo, baixe o tom. Se é contida, não seja efusiva demais. Se é expansiva, acompanhe a energia. Ao cumprimentar, levante levemente as sobrancelhas por meio segundo — é um sinal universal de receptividade que o cérebro da paciente registra como 'essa pessoa me acolhe'. Lembre-se: 55% da comunicação é corpo, 38% é tom de voz, só 7% são palavras. Preste atenção em COMO ela se comporta, não só no que ela diz.

Acompanhante é oportunidade

Marido, amiga, mãe — frequentemente presentes na HOF. Crie rapport com o companhante: pergunte sobre filhos, trabalho, interesses. Depois, aborde de forma natural: 'E você, [nome], já pensou em cuidar de [área]? Vi que você tem um rosto lindo pra trabalhar. Na prática profissional fez rapport com o marido, abordou a esposa sobre seus desejos estéticos. Resultado: duas vendas numa consulta. Acompanhante nunca é obstáculo — é oportunidade.

ETAPA 02

Situação –Escuta ativa

Após a anamnese de saúde. Aqui você só escuta. 5–7 min

Por que funciona:

Por que funciona: Quando a paciente fala sobre o que a incomoda e percebe que você realmente está ouvindo, o cérebro dela ativa os mesmos circuitos de confiança que ativaria com um amigo próximo. Quanto mais contexto você tem sobre a vida dela, maior a chance de conexão genuína.



Perguntas obrigatórias:

• O que motivou você a vir fazer essa consulta comigo hoje?

• O que mais te incomoda quando você se olha no espelho?

• Desde quando isso te incomoda?

• Em quais situações do dia a dia você percebe mais?

Leia o corpo nos primeiros 5 minutos

Nos primeiros 5 minutos a paciente revela tudo: prioridades, medos, perfil de decisão. Observe: braços cruzados = proteção/medo. Olhar para baixo = insegurança. Inquietação = ansiedade. Fala rápida = quer solução imediata. Fala lenta = precisa de tempo e segurança. Adapte seu ritmo ao dela. A profissional que só ouve as PALAVRAS perde 93% da informação.

Identifique a paciente que Não deve ser atendida

Existe um perfil de paciente que NUNCA ficará satisfeito — independente do resultado. Sinais concretos: (1) já fez mais de 3 procedimentos com profissionais diferentes e NENHUM ficou bom. (2) Traz foto de celebridade e insiste em resultado idêntico, não aceita adaptação. (3) Diz coisas como 'se meu nariz não ficar perfeito, não sei o que faço'. (4) Espera que o procedimento resolva problemas de relacionamento ou carreira. A diferença entre uma paciente exigente (saudável) e uma com expectativa irreal: a exigente aceita que perfeição não existe; a outra, não. Pergunte: 'Se o resultado não ficar exatamente como imagina, como se sentiria?' Se a resposta indicar desespero, considere NÃO atender. Dizer não gera confiança, não perda.

Anotações

Projeção de futuro e custos relatados

ETAPA 03

Problema emocional

Agora você aprofunda. A dor estética é sempre emocional.

3–5 min

Por que funciona:

Toda decisão de compra é emocional antes de ser racional. A paciente não decide com a cabeça — decide com o que sente. Quando ela verbaliza o impacto emocional ('não me reconheço', 'evito fotos'), ativa exatamente a emoção que vai sustentar a decisão de fechar.

- O quanto isso já impactou sua autoestima?
- O que você está evitando fazer por conta disso? Tirar foto? Sair com amigos? Usar batom?
- Quanto está te custando — emocionalmente — postergar isso?
- Como você se via há 5 anos? E hoje, quando compara, o que mais te incomoda nessa mudança?

O que ouvir

Preste atenção às frases emocionais: 'não me reconheço', 'pareço cansada', 'meu marido comentou'. Anote exatamente como ela disse — você vai usar essas palavras no fechamento.

Anotações

Projeção de futuro e custos relatados

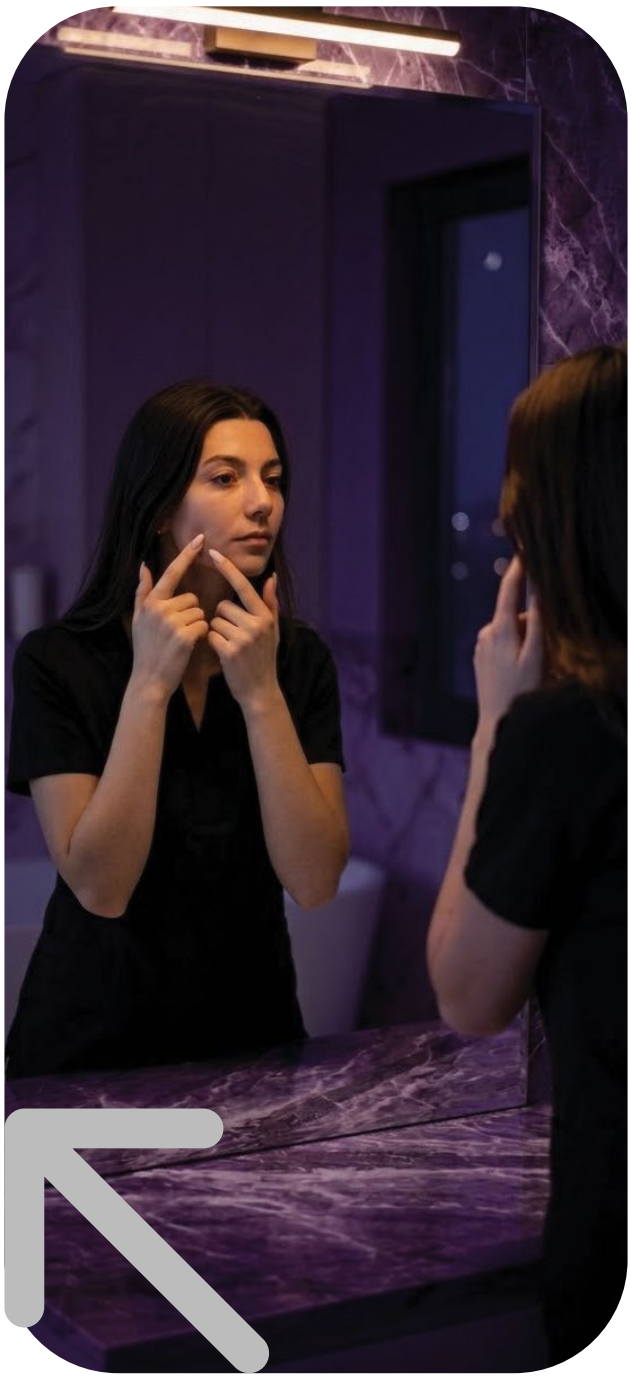
ETAPA 04

Implicação –A virada

A etapa mais importante. O paciente sente o peso de não agir. 5–7 min

Por que funciona:

O cérebro sente a dor de perder algo 2x mais do que o prazer de ganhar. Quando você projeta o futuro negativo ('se continuar assim, como vai estar em 2 anos?'), ativa um sinal de alerta que muda completamente a equação de decisão. A paciente para de pensar 'será que vale a pena?' e começa a pensar 'não posso ficar assim.'



- Se continuar assim pelos próximos 2 anos, como imagina que vai estar?
- Isso tende a melhorar ou piorar com o tempo?
- Quanto isso já te custou emocionalmente até aqui?
- E quanto já investiu financeiramente tentando resolver — cremes, outros profissionais, tratamentos que não funcionaram?

Silêncio estratégico

Após cada pergunta, fique em silêncio. Não resgate o paciente do desconforto. É ele que precisa preencher o vazio — e quando preenche, verbaliza a decisão.

Inimigo em comum

Quando mostrar o problema na tela (foto, espelho), posicione-se ao lado do paciente — não de frente. Vocês dois olhando juntos para o problema. O inimigo não é o paciente. O inimigo é o envelhecimento, a assimetria, a perda de volume. 'Eu e você contra esse problema.' Isso cria aliança e elimina a barreira entre quem vende e quem compra.

Abra um loop de curiosidade

O cérebro odeia tarefas incompletas — é como uma música que para no meio. Antes de revelar o plano, crie uma lacuna: 'Com base no que estou vendo, existe um caminho que pode transformar completamente essa questão... mas antes, preciso terminar a análise.' A paciente fica mentalmente presa até você 'fechar o loop'. ABRA o loop aqui na Etapa 4. FECHE na Etapa 6, quando apresentar o diagnóstico: 'Lembra que eu te disse que existia um caminho? É esse aqui.'

Anotações

Projeção de futuro e custos relatados

ETAPA 05

Visão futura –Em frente ao espelho

O paciente verbaliza o desejo. Agora você tem material para fechar. 5–7 min

Por que funciona:

Quando a paciente descreve como quer se ver, o cérebro cria uma imagem tão vívida que gera emoção real — como se ela já estivesse vivendo aquele momento. Essa emoção é o combustível da decisão. Quanto mais detalhada a descrição, mais forte o desejo.

Técnica da foto intencional

Tire uma foto do paciente (de perfil, de frente) e mostre na tela. Pergunte: 'O que te incomoda aqui?' O paciente verbaliza as inseguranças por conta própria. Você entra com a solução.



Ensine o paciente a enxergar

Antes de perguntar o que ela quer, faça uma breve explicação sobre o envelhecimento facial usando a foto dela. Aponte na tela: 'Veja como essa sombra aqui mostra perda de volume. Isso é natural, acontece com todo mundo a partir dos 30. E é exatamente isso que a gente consegue devolver.' Explique como a luz incide no rosto, como o volume se redistribui, por que certas áreas 'derretem'. O paciente precisa entender a lógica antes de ver o plano. Quando ele entende, ele compra.

• Se eu pudesse entregar a melhor versão possível do seu rosto, como gostaria de se ver?

• Como vai se sentir quando olhar no espelho e se reconhecer nessa versão?

• Como isso impacta positivamente a sua vida no dia a dia?

Anotações

Projeção de futuro e custos relatados

ETAPA 06

Diagnóstico e posicionamento

Hora de devolver com autoridade. Aqui o Governante entra. 5–7 min

"Eu consigo te entregar isso. Mas não com procedimento isolado."

Pausa. Depois: ***"Se eu fizer apenas X, eu comprometo o resultado."***

Por que funciona:

A forma como você apresenta a limitação muda tudo. 'Eu comprometo o resultado' ativa responsabilidade técnica e medo de resultado parcial na mente da paciente — é muito mais potente do que dizer 'não fica bom'. A primeira frase faz ela pensar 'essa profissional se importa com meu resultado'. A segunda faz ela pensar 'ela não quer fazer'

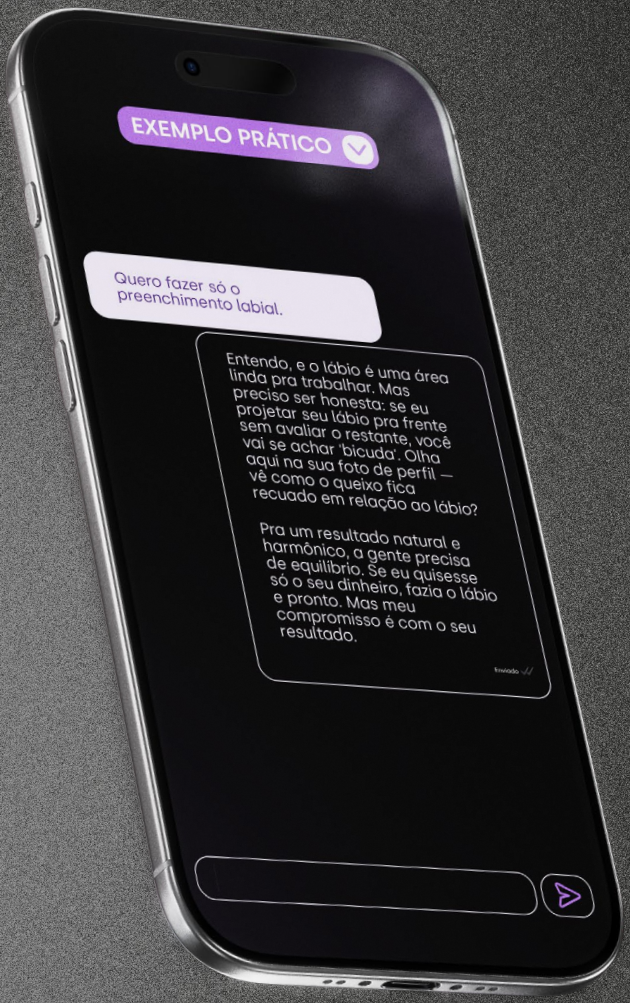
Venda sensorial

Não gere o plano no computador. Desenhe no papel ou no tablet, na frente da paciente. Sente-se ao lado dela — não atrás da mesa. Explique cada área apontando no rosto dela ou na tela. Quanto mais simples e visual, mais ela entende e mais ela fecha.

Técnica do 'mas' — dor virada prazer

Estruture a fala assim: primeiro a dor, depois o 'MAS' como virada pro prazer. Ex: 'Seu rosto está comunicando cansaço, e com o tempo a tendência é piorar. MAS a gente consegue reverter isso. Devolvo o volume aqui, levanto essa região, e seu rosto volta a comunicar vitalidade e juventude.' A palavra 'MAS' apaga tudo que veio antes na mente da paciente e foca na solução. Use essa estrutura em CADA área do plano que apresentar.

Muitas vezes o paciente não fecha porque não entendeu o plano. E tem vergonha de falar 'não ficou claro'. Use exemplos reais, mostre fotos de casos semelhantes, explique com linguagem simples.



Traduza o técnico pro humano

O paciente não entende jargão e tem vergonha de perguntar. Troque: 'Ácido hialurônico' 'um gel que devolve o volume que você perdeu' · 'Bioestimulador de colágeno' 'um tratamento que faz sua pele produzir firmeza de novo' · 'Toxina botulínica' 'um relaxante que suaviza essas marcas de expressão' · 'Rinomodelação' 'a gente modela o contorno do nariz sem cirurgia' · 'Full face' 'um projeto completo pro seu rosto, trabalhando todas as áreas que conversam entre si'. Quanto mais simples e humana a comunicação, mais ela entende e mais ela fecha.

ETAPA 07

Apresentação do plano

Sequência estratégica de apresentação. 5–7 min

"Agora vou apresentar o que vamos fazer no seu projeto. Se algo não te agradar, me fala. Mas se gostar, vou apresentar uma condição — e se couber no orçamento, você toma sua decisão hoje. Combinado?"

Sequência:

1. Plano ideal (completo) — sempre apresentar primeiro, nunca o mínimo
2. Explicação visual — desenhe na tela, aponte no rosto, mostre no espelho
3. Conecte cada benefício à dor que ela verbalizou: 'Lembra que você disse que [X]? Isso aqui resolve exatamente isso.'
4. Mostre antes e depois de caso semelhante — prova social visual é o argumento mais forte
5. Validação: 'Fora a parte financeira, existe alguma dúvida sobre o plano?'

Ancoragem contra cirurgia

Se o paciente considerar cirurgia plástica como alternativa, use como âncora: 'Uma cirurgia facial custa entre R$30-80 mil, tem 30-60 dias de recuperação e você fica afastada de tudo. Com harmonização, o investimento é menor, você volta no mesmo dia e o resultado é progressivo e natural.' Isso reposiciona o valor do seu plano como acessível em comparação.

Cronograma de resultado

Crie uma linha do tempo pro paciente: 'Esse plano leva de 3 a 6 meses pra completar. No 2º mês, você já começa a ver a transformação. No 4º, vai estar muito próxima de como você me descreveu que gostaria de se ver.' Cronograma gera comprometimento emocional com o projeto — o paciente se vê dentro da jornada, não diante de uma decisão isolada.

Sequenciamento estratégico — O que fazer primeiro

A ordem dos procedimentos no plano importa comercialmente. O primeiro deve ser o de maior impacto visual e menor tempo de recuperação — é o que gera a reação 'uau' mais rápida e cria o desejo de continuar. Ex: preenchimento de lábio ou mandíbula (resultado imediato) antes de bioestimulador (resultado em 90 dias). 'Vamos começar pelo que vai te dar o impacto mais imediato — assim você já vê a transformação e a gente vai construindo.'

Garantia de satisfação

Se em 15 dias você sentir que precisa de um ajuste, eu faço sem custo. Meu compromisso é com o seu resultado, não com a venda.' Isso destrói a objeção de medo ('e se eu não gostar?') e posiciona como profissional que confia no próprio trabalho. Não tenha medo de fazer retoques — retoque fideliza.

Regra importante

Não entregue o plano de tratamento por escrito. O paciente usa o documento para pesquisar preço no concorrente. O plano fica com você.

Ancoragem de pequenos 'sins'

Ao longo da apresentação, extraia concordâncias: 'Faz sentido?' 'Você concorda?' 'Seria melhor assim?' Cada 'sim' pequeno cria um caminho de concordância que torna o 'sim' final quase automático. Quando chegar no preço, o cérebro já está numa trajetória de aceitar.

Teoria dos inversos — Fale pela dor evitada

Em vez de dizer 'seu rosto vai parecer mais jovem' (prazer), diga 'seu rosto não vai mais comunicar cansaço quando você não está cansada' (dor evitada). A segunda formulação é mais potente porque ativa aversão à perda. Para cada benefício, pense: qual dor isso elimina? Ex: 'Você não vai mais evitar tirar foto.' 'Ninguém mais vai perguntar se você está cansada.'



ETAPA 08

Condução para o fechamento

O paciente precisa ter decidido FAZER antes de falar de dinheiro. 3–5 min

Por que funciona:

O cérebro processa 'eu quero' e 'eu posso pagar' em circuitos diferentes. Se você mistura os dois, a barreira financeira contamina a vontade. Separe: primeiro resolva o 'quero' (ela quer o resultado?), depois resolva o 'posso' (como viabilizar financeiramente). Quando o dinheiro vira logística e não emoção, a venda acontece.

Sequência de fechamento:

• "Tirando a parte financeira, existe algo que te impeça de decidir hoje?"

• Se houver dúvida técnica, resolva antes de avançar. Não pule essa etapa.

• "Se dinheiro estivesse fora de questão, já teria tomado sua decisão positiva?"

• Se sim: "Ótimo. Agora vamos falar de dinheiro."

Se houver hesitação

"Entendo... mas calma. Você não me disse que [dor que a paciente mencionou]? Por que a gente não resolve isso hoje? Se for questão financeira, me fala — a gente encontra um caminho. Se for medo, quero tirar todas as suas dúvidas."

Plano B — Se o plano completo não fechar

Ofereça começar pelo procedimento que resolve a queixa principal. 'Vamos fazer assim: a gente começa pelo [procedimento X], que é o que mais te incomoda. E o restante a gente planeja pra daqui [X] semanas.' Nunca deixe o paciente sair sem fechar pelo menos uma etapa.

Escassez real — Agenda limitada

Vou ser transparente: atendo no máximo [X] pacientes de Full Face por mês, porque cada um demanda atenção exclusiva da minha parte. Pra começar em [data próxima], preciso da sua confirmação até [prazo]. Consegue me dar uma resposta até lá?' Isso cria urgência sem ser agressivo. Se ela não fechar agora, agende um retorno específico com data e hora.

ETAPA 09

Ancoragem e Preço

O cérebro escolhe o meio. Sempre. 3–5 min

Por que funciona:

Quando você apresenta 3 opções, o cérebro automaticamente compara. O mais caro faz o do meio parecer 'equilíbrio inteligente'. O mais barato funciona como rede de segurança. Resultado: 70% das pacientes escolhem o plano do meio. É por isso que você sempre apresenta 3 — e coloca no meio o plano que realmente quer vender.

3 opções de apresentação:

• **Plano ideal:** Completo — melhor resultado possível. R$

• **Plano estratégico:** Parcial — foco nas prioridades técnicas. R$

• **Plano mínimo:** Mínimo viável — para um bom resultado. R$

Reframing: De gasto para investimento

Se o paciente hesitar no valor, compare com gastos recorrentes: 'Quanto você gasta por ano com skincare? Academia? Roupas? Esse investimento é em VOCÊ e dura anos. Não é um gasto mensal que some — é um ativo que transforma como você se sente todo dia.' Isso muda a categoria mental do preço: sai de 'despesa' e entra em 'investimento pessoal'.

Regra de ouro

Apresente o preço olhando nos olhos, com segurança: 'Ficou no valor de R$[X]. Como fica bom pra você? A gente pode parcelar. Como que a gente pode dar início hoje?' E fique em silêncio. Quem fala primeiro, perde.

Técnica: Preço em partes

Se o valor total assusta, apresente por área: 'O nariz fica R$X, os lábios R$Y, a mandíbula R$Z.' Isso permite que o paciente feche pelo menos uma parte do plano.

Técnica: porta na cara (negociação de pagamento)

Comece pedindo o valor cheio à vista: 'Trouxe os R$[valor total] no PIX?' — sabendo que vai ouvir não. Aí ofereça o parcelamento como 'concessão': 'E se eu fizer [X] parcelas de R$[valor]? E ainda consigo um desconto se der uma entrada. Quanto você consegue dar hoje?' A paciente que acabou de recusar R$15 mil à vista acha R$800/mês uma solução fantástica. A recusa inicial ancora o preço alto e torna qualquer alternativa mais palatável.

Bônus de decisão — Recompense a coragem

'Se você confirmar hoje, vou incluir [procedimento complementar: skinbooster / peeling / acompanhamento extra] sem custo. É minha forma de agradecer a confiança.' Isso ativa reciprocidade e recompensa a decisão rápida — sem dar desconto no plano principal.

Se houver objeção após o preço:

• Reconecte com a dor: "Você me disse que [frase exata da paciente]. Como vai ser se sentir assim por mais um mês?"

• Confronto empático: "Sempre haverá prioridades antes do seu bem-estar. Até quando?"

• Sinal positivo: "Então vamos estruturar para você começar hoje."

Procedimento no mesmo dia

Se possível, realize o procedimento no dia da consulta — a empolgação é máxima. Se não for viável, cobre pelo menos 1/3 do valor como sinal para garantir o retorno. Paciente que não se compromete financeiramente raramente volta.

Delegue a negociação de pagamento

Quando a paciente hesitar no preço, não negocie você. Diga: 'A [nome da secretária] vai te ajudar a encontrar a melhor forma de pagamento' — e saia da sala. A secretária negocia parcelamento, entrada e condições sem o peso emocional do plano clínico. Isso preserva sua autoridade (a Dra. não 'briga' por dinheiro) e a paciente se sente mais à vontade pra negociar com alguém que não é 'a doutora'. A conversão sobe.

Momento da revelação do resultado (se fizer no dia)

Se realizou o procedimento, crie antecipação ANTES de mostrar o espelho. Conecte com as dores que ela verbalizou: 'Olha agora. Quero que você veja tudo aquilo que queria melhorar, que me trouxe, que não conseguia se ver no espelho. Agora quero te mostrar como eu consegui te ajudar nesses pontos.' E FILME a reação — é o conteúdo mais poderoso que existe pro Instagram. Peça autorização de imagem nesse momento de encantamento máximo.

Encaminhar para recepção: pagamento, contrato e agendamento. A secretária não vende. A secretária formaliza.

ETAPA 10
Pós-consulta e retorno

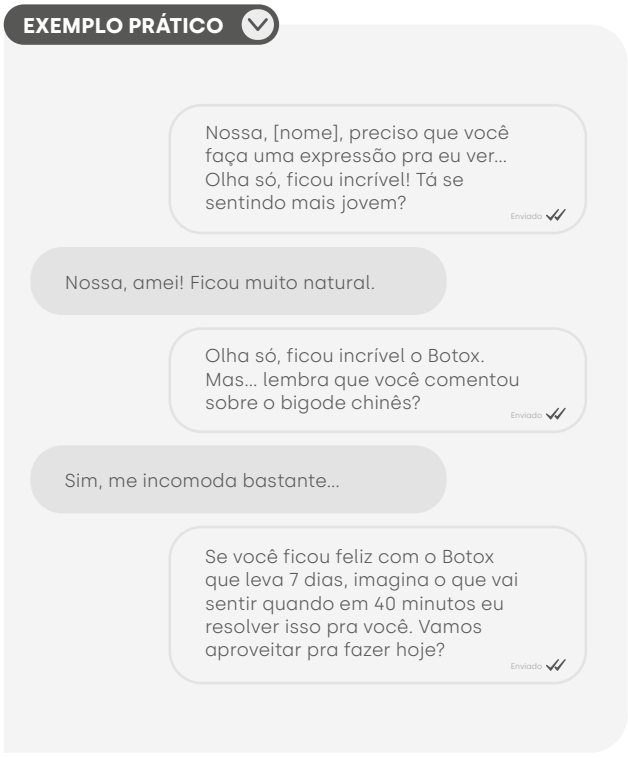
O ciclo não termina no fechamento. O retorno é sua maior oportunidade de upsell. Pós-consulta

Nunca pergunte 'O que achou?' — afirme

Não diga 'e aí, gostou?'. Diga: 'Nossa, ficou incrível, olha só a diferença!' — e depois pergunte como ela se SENTE. A profissional que pergunta 'gostou?' abre espaço pra dúvida. A que afirma com confiança reforça a percepção de valor do resultado.

Script de venda no retorno:

EXEMPLO PRÁTICO



Sequência estratégica do retorno:

• Retorno imediato (7-15 dias): foque nos ajustes do procedimento que foi feito. Avalie o resultado, valide a satisfação, corrija se necessário.

• Follow-up posterior (30-45 dias): introduza as próximas etapas do plano.

'Lembra que a gente conversou sobre [área X]? Olha como ficou lindo o que fizemos. Agora imagina quando a gente completar com [próximo procedimento].'

• Não sobrecarregue: se apresentar tudo de uma vez no retorno, o paciente se assusta. Um passo de cada vez.

Dica

Anote detalhes pessoais da paciente (nome dos filhos, do cachorro, onde viajou). No follow-up, mencione: 'E aí, como foi a viagem pra [lugar]?' Isso transforma um contato comercial numa conexão genuína.

Dado importante: segunda exposição

Mais de 50% das decisões de compra acontecem na segunda visita. É por isso que o retorno é a etapa mais valiosa do ciclo. Nunca deixe o paciente sair sem data marcada para voltar.

Roteiro de 2 visitas — Paciente que só quer botox

Visita 1: Paciente chega querendo só Botox, não dá abertura. Faça o Botox, fotografe, não force nada. Diga: 'Vou fazer uma avaliação completa e umas fotos pro nosso acompanhamento, tudo bem?' — Visita 2 (retorno 15 dias): Afirme o resultado ('Ficou incrível!'), mostre as fotos e então use a simulação no espelho pra mostrar o que mais pode melhorar. 'Agora que você viu como ficou o Botox, olha o que a gente consegue fazer aqui no contorno...' A primeira visita planta a semente. A segunda colhe. Funciona com o paciente mais resistente da HOF.

Retorno estratégico em 3 meses, não 6

Agende o retorno de manutenção em 3 meses, não 6. Dobra as oportunidades de upsell no ano. Em 3 meses a paciente vê resultado consolidado e está emocionalmente aberta. Em 6, esqueceu a emoção. O retorno curto mantém o vínculo vivo e cria mais pontos de contato pro plano completo.

Autorização de uso de imagem

Não use formulário separado com caixa sim/não (facilita recusa). Inclua a cláusula no contrato principal. E peça DEPOIS que a paciente viu o resultado e está encantada — nunca antes. Se resistir, ofereça incentivo: 'Te dou o retoque sem custo' ou '50% no retorno.' Use apelo emocional: 'Seu caso pode inspirar outras mulheres que têm medo de dar esse passo.'

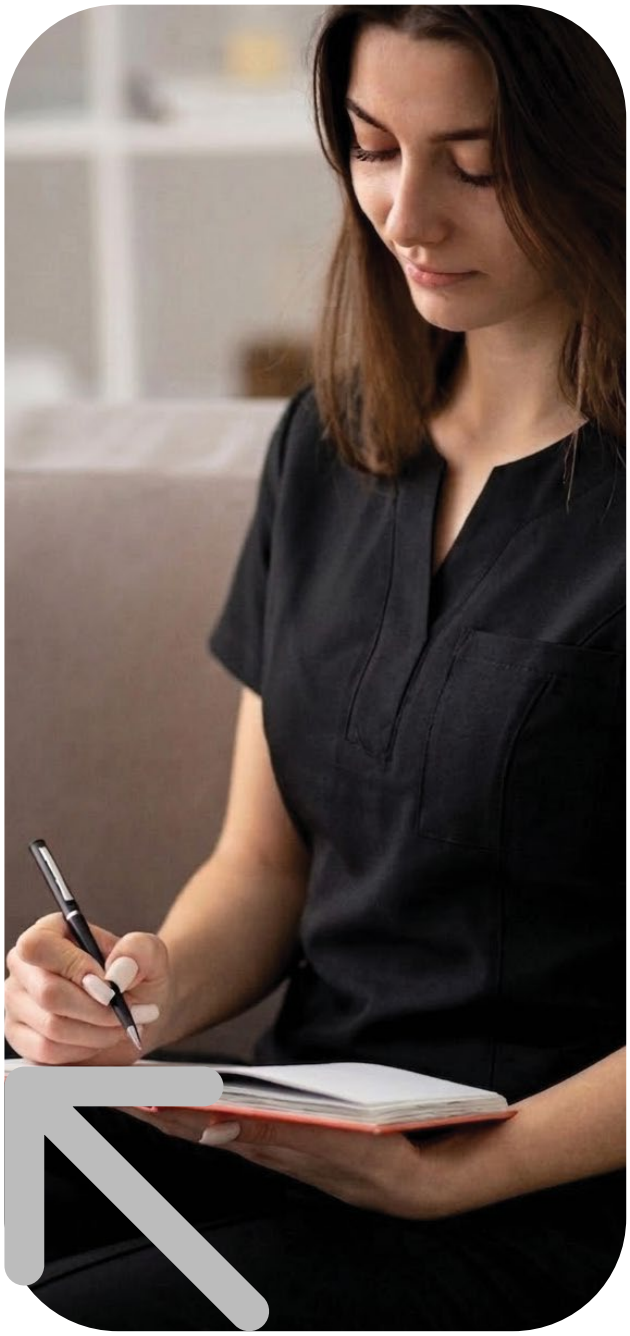
Protocolo de indicação

Quando receber uma paciente indicada, envie um áudio personalizado para quem indicou: 'Márcia, aqui é a Dra. [nome]. Queria agradecer imensamente a indicação da Paula. Que pessoa maravilhosa. A Paula falou super bem de você. Você sabe que a gente gosta muito de você. Você é muito especial pra gente.' Isso gera um pico de dopamina que motiva novas indicações. Indicação é a 16ª barreira da venda — e pode ser trabalhada a qualquer momento.



Checklist de autoavaliação pós-consulta

Após cada atendimento, revise estes pontos para calibrar sua performance:



- [ ] Descobri a dor emocional REAL do paciente (além da queixa estética)?
- [ ] Ampliei o problema além da queixa inicial (mostrei o que ela não tinha percebido)?
- [ ] Ensinei a paciente a enxergar (expliquei o envelhecimento na foto dela)?
- [ ] Apresentei solução COMPLETA (plano, não procedimento isolado)?
- [ ] Usei venda sensorial (desenhei, mostrei no espelho, sentei ao lado)?
- [ ] Ancorei o valor antes de falar de preço (3 planos, comparação com cirurgia)?
- [ ] Conectei cada benefício à dor que ela verbalizou (usei as palavras dela)?
- [ ] Dei opções de pagamento facilitadas (parcelamento, entrada)?
- [ ] Criei urgência sem pressão (escassez real, bônus de decisão)?
- [ ] A paciente saiu com data marcada para retorno ou com procedimento feito no dia?

Resultado da consulta

[Campo: Plano escolhido pelo paciente:]

[Campo: Valor fechado:]

[Campo: Forma de pagamento:]

[Campo: Sinal recebido:]

[Campo: Procedimento realizado no dia? (Sim / Não)]

[Campo: Data de início do projeto:]

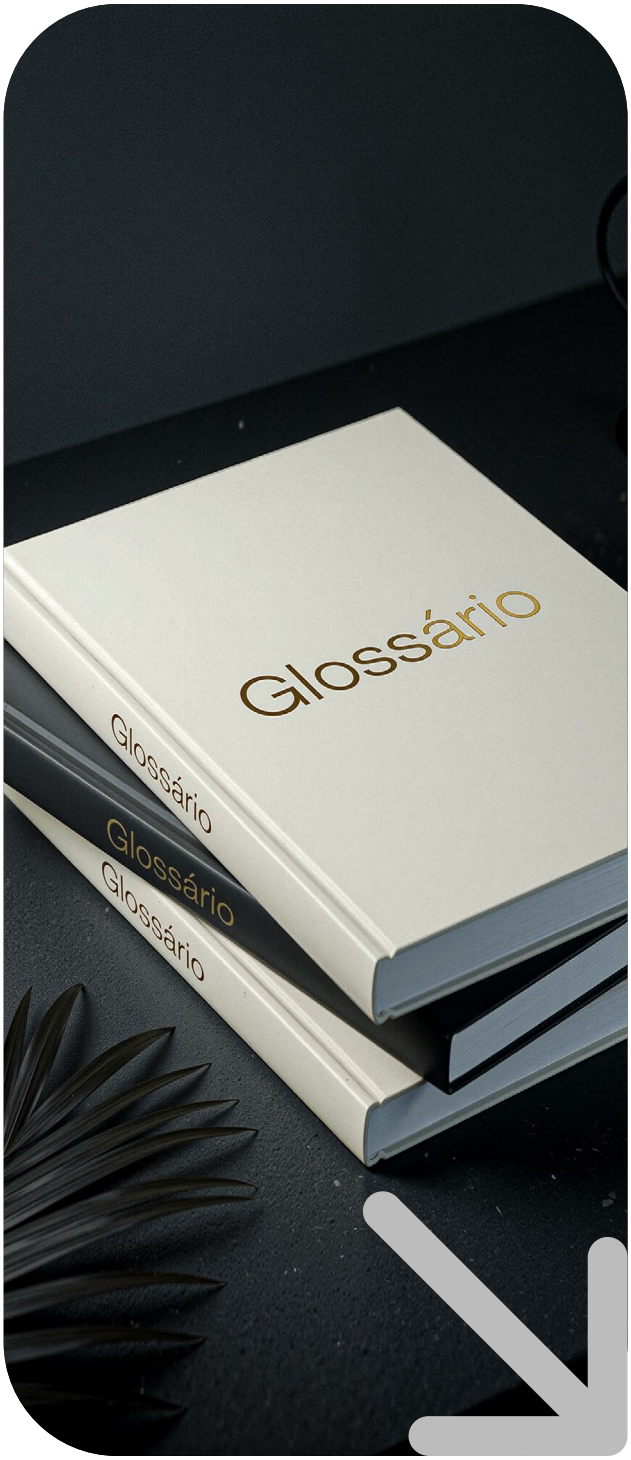
[Campo: Observações gerais:]



04

Passo a Passo da Consulta

Guia de campo — só o que fazer, na ordem certa



Glossário Rápido

Rapport — Conexão de confiança — quando a paciente sente que você a entende

Governante — Sua postura de autoridade e firmeza na hora do plano e do preço

Full Face — Projeto completo pro rosto, trabalhando todas as áreas

Upsell — Vender um próximo procedimento pra quem já é paciente

Porta na Cara — Comece pelo valor cheio ouça o não e ofereça parcelamento como concessão

⏳ **Tempo total estimado:**
45–60 min (Etapas 1-9)
+ Pós-consulta



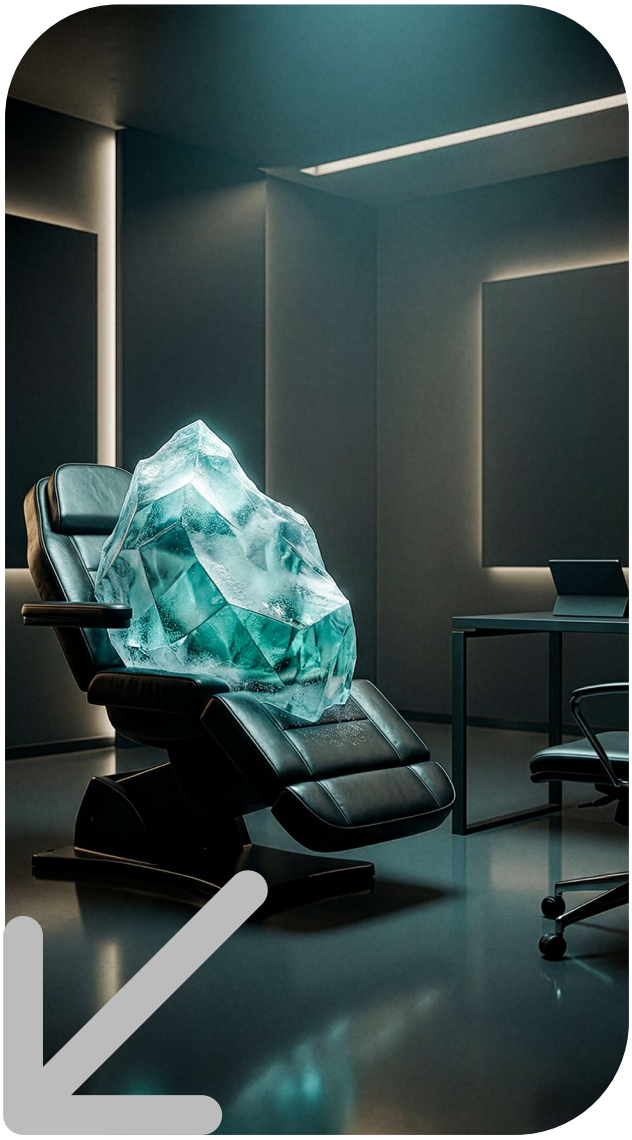
Antes da paciente chegar

5 min

- Revise as respostas do questionário pré-consulta
- Identifique as palavras-chave que ela usou (dor, desejo, expectativa)
- Prepare seu estado emocional: música, visualização de sucesso, revisão de caso que te orgulha
- Separe casos de antes/depois semelhantes ao perfil dela
- Prepare o ambiente: chá, aroma, temperatura, iluminação

ETAPA 01

Quebra de gelo



2-3 min

Fale olhando nos olhos:

"Hoje eu vou fazer uma análise estrutural completa do seu rosto. Meu papel aqui não é aplicar produto — é desenhar uma estratégia de elevação do seu bem-estar."

- Faça o Eyebrow Flash ao cumprimentar (levante as sobrancelhas levemente)
- Adapte seu tom de voz ao dela (espelhamento)
- Se tem acompanhante: crie rapport com ele também — pergunte nome, interesse, vida
- NÃO: falar de procedimentos, perguntar idade, usar 'rostinho' ou 'amiga'

ETAPA

02



Escuta ativa

5-7 min

Pergunte (e só escute):

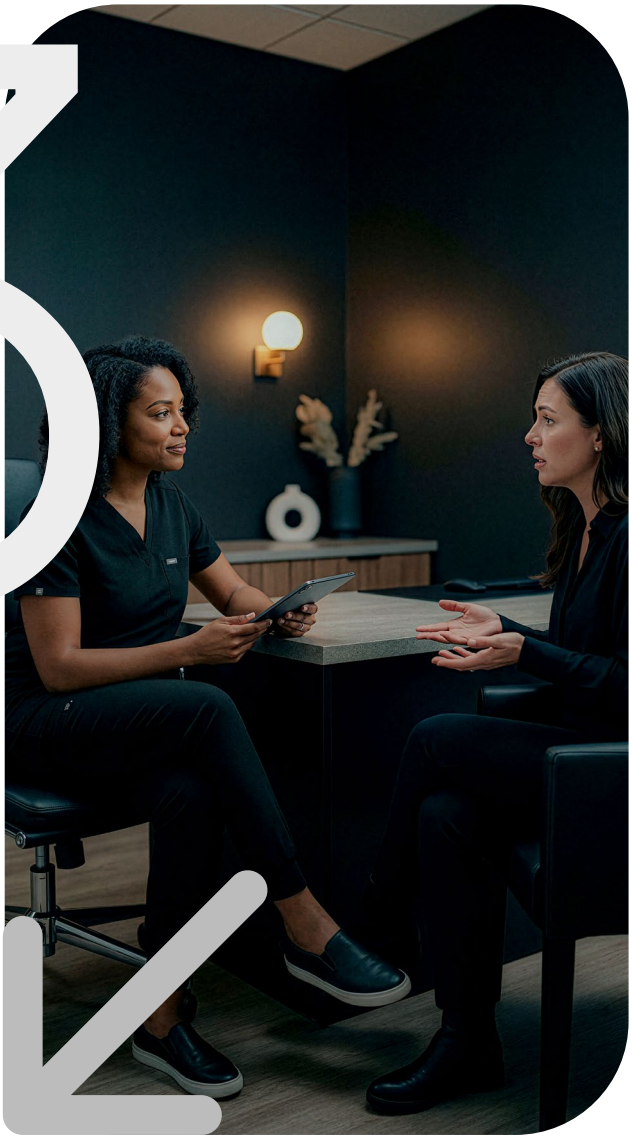
- O que motivou você a vir fazer essa consulta comigo hoje?
- O que mais te incomoda quando se olha no espelho?
- Desde quando isso te incomoda?
- Em quais situações do dia a dia você percebe mais?

Observe: braços cruzados (medo), olhar baixo (insegurança), inquietação (ansiedade).

ANOTE as palavras exatas que ela usar. Você vai precisar delas no fechamento.

ETAPA

03



Problema emocional

3-5 min

Aprofunde na dor:

- O quanto isso já impactou sua autoestima?
- O que você está evitando fazer? Tirar foto? Sair com amigos? Usar batom?
- Quanto está te custando — emocionalmente — postergar isso?
- Como você se via há 5 anos? E hoje, o que mais te incomoda nessa mudança?

Ouça frases como:

'não me reconheço',

'pareço cansada',

'meu marido comentou'

— anote exatamente.

ETAPA

04



Implicação

5-7 min

Faça ela sentir o peso de não agir:

• Se continuar assim pelos próximos 2 anos, como imagina que vai estar?

• Isso tende a melhorar ou piorar com o tempo?

• Quanto isso já te custou emocionalmente até aqui?

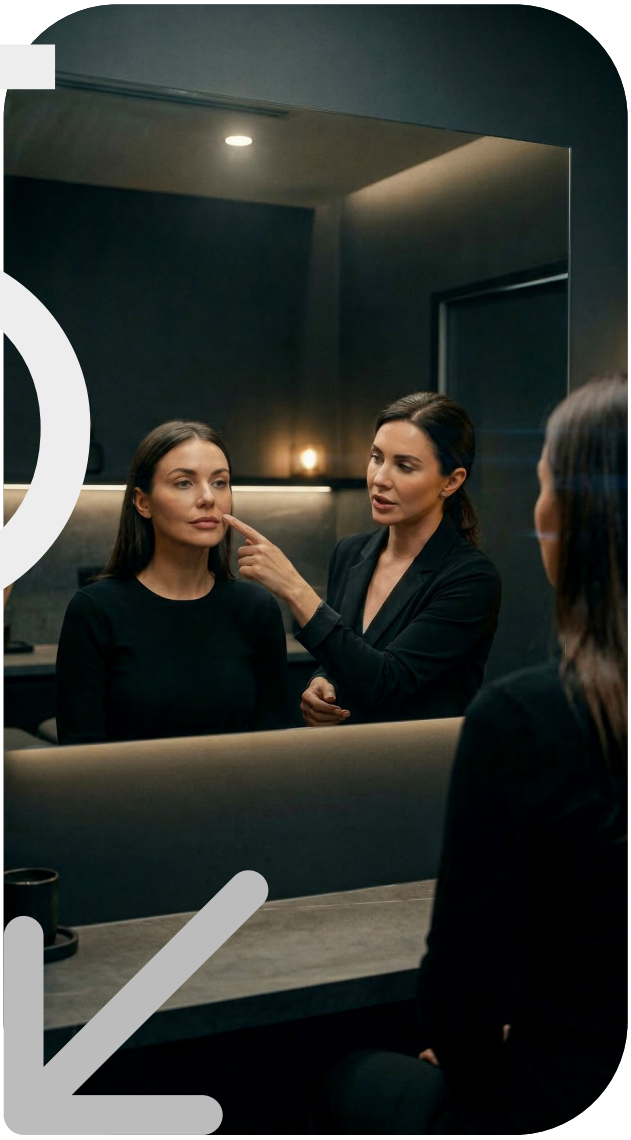
• Quanto já investiu tentando resolver — cremes, outros profissionais?

Após cada pergunta: SILÊNCIO. Não preencha o vazio.

Posicione-se ao lado dela olhando a foto/espelho juntas. 'Eu e você contra esse problema.'

Abra o loop: 'Com base no que estou vendo, existe um caminho que pode transformar isso... mas antes preciso terminar a análise.'

ETAPA 05



Visão futura

5-7 min

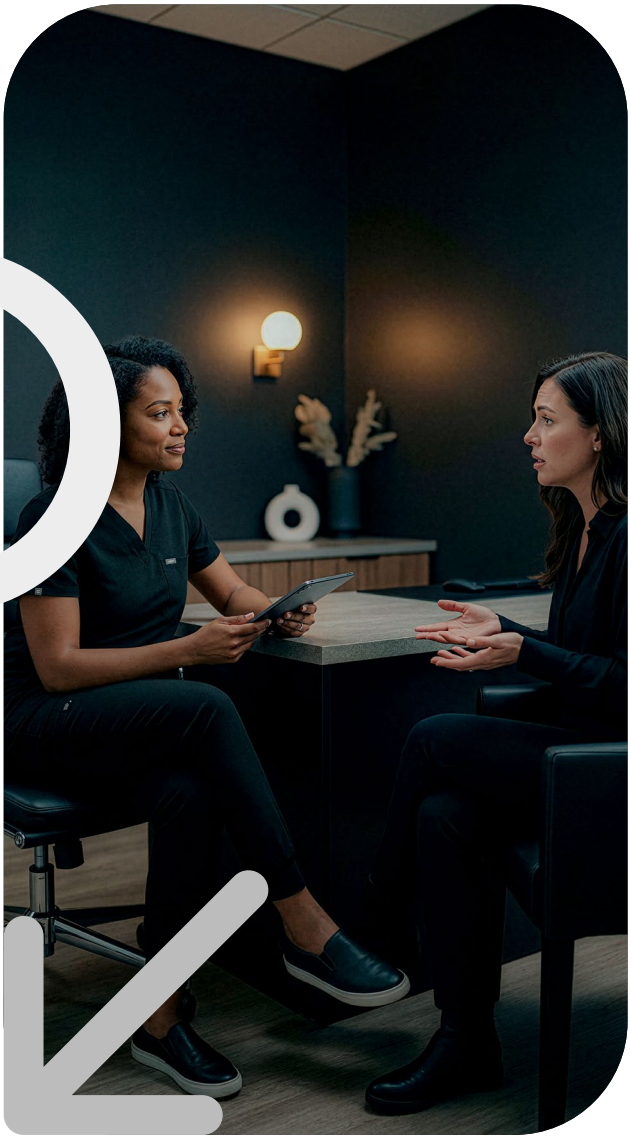
Tire a foto intencional (perfil + frente).
Mostre na tela.

Antes de perguntar o que ela quer,
ENSINE: "Veja como essa sombra aqui mostra perda de volume. Isso é natural, acontece a partir dos 30. E é exatamente isso que a gente consegue devolver."

Depois pergunte:

- Se eu pudesse entregar a melhor versão do seu rosto, como gostaria de se ver?
- Como vai se sentir quando se reconhecer nessa versão?
- Como isso impacta sua vida no dia a dia?

ETAPA 06



Diagnóstico

5-7 min

Mude a postura: agora é Governante – autoridade e firmeza.

"Eu consigo te entregar isso. Mas não com procedimento isolado."

Pausa. Depois:

"Se eu fizer apenas [X], eu comprometo o resultado."

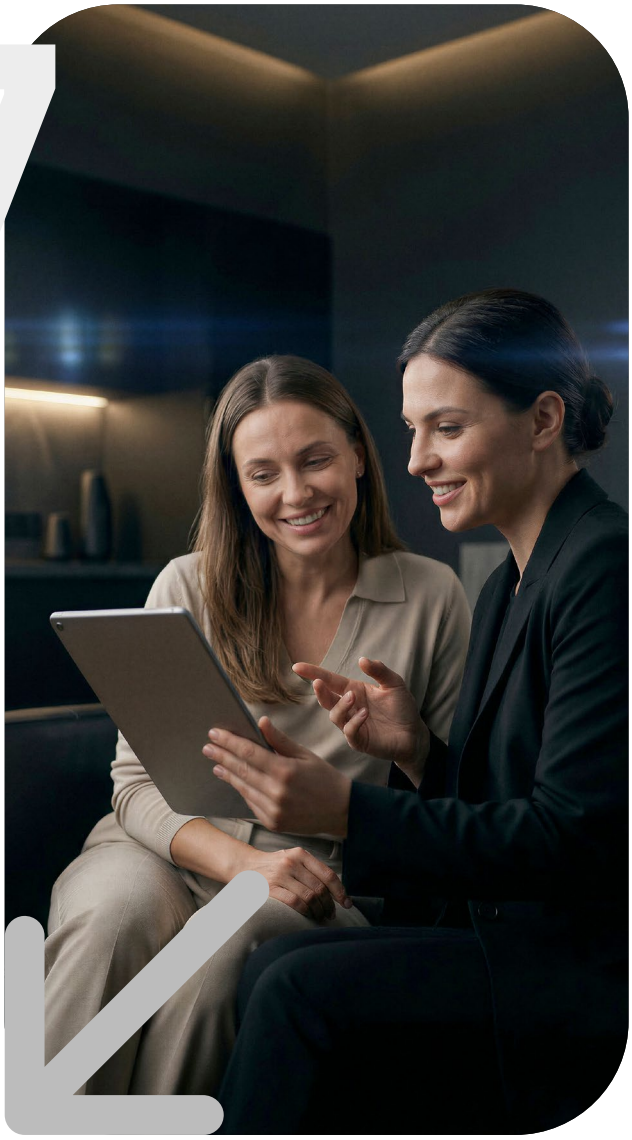
Use a técnica do MAS para cada área:

"Seu rosto está comunicando cansaço e a tendência é piorar. MAS a gente consegue reverter isso – devolvo o volume, levanto essa região, e seu rosto volta a comunicar vitalidade."

DESENHE o plano na frente dela (tablet/papel). Sente-se ao lado, não atrás da mesa. Use linguagem simples: 'gel que devolve volume', 'relaxante que suaviza marcas', 'tratamento que produz firmeza'.

ETAPA

07



Apresentação do plano

5-7 min

"Agora vou apresentar o que vamos fazer no seu projeto. Se algo não te agradar, me fala. Mas se gostar, vou apresentar uma condição – e se couber no orçamento, você toma sua decisão hoje. Combinado?"

Sequência:

1. Plano ideal primeiro (nunca o mínimo)
2. Explique visualmente – desenhe, aponte, mostre no espelho
3. Conecte cada benefício à dor: 'Lembra que você disse [X]? Isso resolve exatamente isso.'
4. Mostre antes/depois de caso semelhante
5. Pergunte: 'Fora a parte financeira, existe alguma dúvida?'

Ao longo da apresentação, extraia pequenos 'sins': 'Faz sentido? ''Você concorda? 'Fale pela dor evitada: 'Seu rosto não vai mais comunicar cansaço. ''Ninguém mais vai perguntar se você está cansada.'

Comece pelo procedimento de maior impacto visual e menor recuperação. Ofereça garantia: 'Se em 15 dias precisar de ajuste, eu faço sem custo.'

NÃO entregue o plano por escrito. O plano fica com você.

ETAPA

08



Fechamento

3-5 min

"Tirando a parte financeira, existe algo que te impeça de decidir hoje?"

Se houver dúvida técnica resolva antes de avançar.

"Se dinheiro estivesse fora de questão, já teria decidido?"

Se sim: "Ótimo. Agora vamos falar de dinheiro."

Se hesitar: "Você não me disse que [dor]? Por que a gente não resolve isso hoje? Se for questão financeira, me fala."

Plano B:

> 'A gente começa pelo [procedimento principal] por R$ [valor]. O restante planeja pro mês que vem.'

Escassez:

> 'Atendo no máximo [X] pacientes de Full Face por mês. Pra começar em [data], preciso da confirmação até [prazo].'

ETAPA 09

Preço

5 min

Apresente os 3 planos:

PLANO IDEAL: Completo. R$ [valor X]

PLANO ESTRATÉGICO: Foco nas prioridades. R$ [valor X]

PLANO MÍNIMO: Mínimo viável. R$ [valor X]

Fale olhando nos olhos:

"Ficou no valor de R$ [X]. Como fica bom pra você? A gente pode parcelar."

SILÊNCIO. Quem fala primeiro, perde.

> **Porta na Cara:** 'Trouxe os R$ [total] no PIX?' Não 'E se eu fizer [X] parcelas de R$ [valor]?'

💰

> **Adapte ao orçamento:** 'Quanto cabe pra você hoje?' – monte o plano dentro do valor declarado. Sem desconto.

> **Ancoragem contra cirurgia:** 'Uma cirurgia facial custa R$50-80 mil e tem 60 dias de recuperação. Aqui você investe menos, volta no mesmo dia, e o resultado é progressivo.'

> **Reframing:** 'Quanto você gasta por ano com skincare e academia? Isso aqui é um investimento em VOCÊ que dura anos. Não é gasto – é ativo.'

> **Bônus:** 'Se confirmar hoje, incluo [procedimento complementar] sem custo.'

> **Se objeção:** reconecte com a dor usando as palavras exatas que ela disse.

SE FIZER PROCEDIMENTO NO DIA

Antes de mostrar o espelho: "Olha agora. Quero que você veja tudo aquilo que queria melhorar, me trouxe. Agora quero te mostrar como eu consegui te ajudar nesses pontos."

FILME a reação. Peça autorização de imagem nesse momento de encantamento.

Pós-consulta e retorno



Retorno 7-15 dias:

Afirme: 'Ficou incrível!' (nunca 'gostou?'). Foque em ajustes.

Upsell: "Se você ficou feliz com o Botox que leva 7 dias, imagina o que vai sentir quando em 40 minutos eu resolver [próxima queixa]."

Paciente que só fez Botox (sem abertura na 1ª visita):

Mostre as fotos e use simulação no espelho: 'Agora que você viu como ficou o Botox, olha o que a gente consegue fazer aqui no contorno...,'

Follow-up 30-45 dias:

'Lembra que conversamos sobre [área X]? Olha como ficou lindo. Imagina quando completar com [próximo procedimento].'

Retorno de manutenção: 3 meses (não 6).

Indicação: Ao receber indicada, envie áudio para quem indicou:

"Márcia, aqui é a Dra. [nome]. Queria agradecer a indicação da Paula. Que pessoa maravilhosa. Você é muito especial pra gente."

Autorização de imagem: peça DEPOIS do resultado, no momento de encantamento. Inclua no contrato, não em formulário separado.

Checklist pós-consulta

- [x] Descobri a dor emocional real?
- [x] Ampliei o problema além da queixa inicial?
- [x] Ensinei a paciente a enxergar (expliquei na foto)?
- [x] Apresentei solução completa (plano, não procedimento isolado)?
- [x] Usei venda sensorial (desenhei, sentei ao lado)?
- [x] Conectei cada benefício à dor que ela verbalizou?
- [x] Ancorei o valor antes de falar de preço?
- [x] Dei opções de pagamento facilitadas?
- [x] Criei urgência sem pressão?
- [x] Paciente saiu com data marcada ou procedimento feito?

05



Guia de Campo do Comercial

Do primeiro contato ao agendamento confirmado



Glossário Rápido

Lead — Pessoa que demonstrou interesse (mandou mensagem, curtiu, clicou no anúncio)

Lead morno — Tem interesse mas precisa de conexão pra decidir — é aqui que você foca

Lead frio — Demonstrou pouco interesse ou sumiu — resgate pela Dra. ou reconecte com a dor

Follow-up — Acompanhamento — entrar em contato de novo com quem não fechou

Prova social — Mostrar que outras pacientes já fizeram e ficaram satisfeitas (fotos, depoimentos)

Upsell — Vender um próximo procedimento pra quem já é paciente

S P N — Situação Problema Novos Passos — fluxo do primeiro contato

Antes de tudo!

• Você é o coração da receita da clínica. Sem você, a Dra. não opera.

• Uma boa taxa de conversão é 15-20%. De 100 leads, 85 dirão não. Isso é normal.

• O quente converte sozinho. O frio raramente converte. Todo seu esforço deve ser no MORNO.

• Responda rápido. O lead esquece em 6 horas. Quando passa a emoção, desiste.

• Seu objetivo é **TRAZER PRA CLÍNICA,** não vender pelo WhatsApp.

Primeiro contato

Fluxo SPN

S Situação (entenda o contexto dela)

P Problema (investigue a dor)

N Novos Passos (ofereça a solução com horários). Quando o lead chega:

01 SITUAÇÃO

Entenda o contexto

Paciente:

"Bom dia, gostaria de agendar uma consulta com a Dra. [nome]."

Você

"Bom dia, [nome]! Tudo bem? Muito prazer, meu nome é [seu nome], estou aqui pra te atender. Me conta, o que te trouxe até aqui hoje?"

02 PROBLEMA

Investigue a dor

Paciente:

"Vi um caso da Dra. e me interessei em fazer um procedimento..."

Você

"Maravilha! Mas me conta um pouco melhor: o que te incomoda hoje? Tem algum ponto específico? Se quiser, pode até mandar uma foto pra mim." Incentive áudios e fotos — isso cria conexão e te dá contexto pra personalizar.

03 NOVOS PASSOS
Ofereça horários

Após ela expressar a dor:

Você

"Entendo que isso vem te incomodando... Fica tranquila, você está no lugar certo. A Dra. é especialista nesse tipo de caso. Vou até te enviar algumas fotos aqui... É disso que você está falando?

[Envie 2-3 fotos de casos semelhantes]

Você

"Então olha só, eu tenho horário pra [dia] às [hora] e pra [dia] às [hora]. Qual fica melhor pra você?"

NUNCA: *'Quando você quer marcar?'*
Perguntas abertas paralisam.
Ofereça 2-3 opções fechadas.

04 PAGAMENTO
Antecipado

Você

"Maravilha, [nome]! Então seu pré-agendamento está feito pra [dia/hora]. Pra confirmar, preciso que você faça o pagamento de um PIX de R$[valor]. Vou te enviar os dados agora. Assim que fizer, me manda o comprovante e seu horário fica garantido."

Se o lead perguntar o preço direto

Paciente:

"Quanto custa o preenchimento?"

Você

"Entendo sua pergunta! Olha, se eu falar R$500 você pode achar barato demais e desconfiar. Se eu falar R$15 mil, pode achar caro sem entender o porquê. O valor mínimo dos procedimentos da Dra. é R$[X]. Pode ser [X], pode ser [Y], depende do que o seu rosto precisa. Mas isso não significa que você vai ter que fazer tudo. O importante é você vir, entender o que precisa, e decidir com clareza. Imagina sair da consulta sabendo exatamente o caminho. Vamos agendar? Você vem, toma um café com a gente e a Dra. faz o melhor atendimento pra você."

NUNCA passe valor de plano de tratamento no primeiro contato. Cria barreira antes de gerar desejo.

Confirmação de agendamento

03 etapas

Se o lead agendou mas não confirmou o pagamento:

Dia 1:

"[Nome], tá tudo certo pra sua consulta? Preciso do comprovante até amanhã pra segurar o seu horário, ok?"

Dia 2:

"[Nome], consegue me dar um retorno?"

Dia 3:

"[Nome], infelizmente estamos liberando o seu horário pra abrir pra outra paciente. Assim que desejar agendar de novo, nos chame."



Follow-up

05 modelos

Modelo **01**

Pela dor

"[Nome], lembro que você me falou sobre o quanto [dor específica] vem te incomodando. Acredito que esse seja o melhor momento pra resolver isso de vez. O que pode estar te impedindo de dar o próximo passo?"

Modelo **02**

Por curiosidade (caso clínico)

"[Nome], acabamos de atender uma paciente com um caso muito parecido com o seu e o resultado ficou incrível. Quer ver?" Espere o 'sim'. Antes de enviar: 'Você está tranquila pra eu te mandar?' Após enviar: 'A gente reservou um horário pra você. Seria [dia] às [hora]. Pode ser?'

Modelo **03**

Áudio da Dra. (resgate de lead frio)

"Oi [nome], aqui é a Dra. [nome]. Tô com o WhatsApp da clínica e vi que você se interessou pela [procedimento]. Me conta, já conseguiu realizar esse sonho? Se não, me fala o que te impede — quero muito deixar você mais linda." Use com moderação. Reserve pros leads mais importantes.

Modelo **04**

Relacionamento puro (sem vender)

"Oi [nome], vi que você foi promovida! Que orgulho, você merece demais." / "E aí, como foi a viagem?" / "Parabéns pelo aniversário!" Zero venda. 100% conexão. Quando precisar de procedimento, só pensa em você.

Modelo **05**

Reconexão após objeção

"[Nome], a gente conversou um pouco, você tinha me falado sobre [dor] e tudo mais. Queria entender o que aconteceu que você acabou sumindo. Se tiver alguma questão, pode me falar."

REGRA: Nunca cobre resposta sobre agendamento. Reconecte com a dor ou gere curiosidade. Primeiro reaqueça, depois ofereça.

Cadência de variação:

Dia 1: Mensagem curta

Dia 3: Caso clínico (prova social)

Dia 5: Áudio da Dra. (20s)

Dia 7: Ligação + micro-compromisso

Dia 10: Vídeo com resultado.

Objeções rápidas no WhatsApp



“Consulta paga? Prefiro gratuita.”

“A consulta da Dra. é diferente de uma avaliação rápida. São [X] minutos dedicados exclusivamente a você. O que sai mais caro: investir na análise correta ou corrigir um procedimento mal planejado?”

“Tá caro.”

“Comparado a quê? O valor mínimo é R$[X]. Pode ser mais, pode ser menos — depende do que seu rosto precisa. O importante é você vir e entender. Vamos agendar?”

“Vou pensar.”

“Claro! O que exatamente precisa avaliar? Assim te ajudo. Se tiver alguma dúvida, me fala aqui.” Nunca diga ‘fico no aguardo’. Agende o retorno: ‘Posso te ligar [dia] às [hora]?’

“Agora não.”

“Entendo! Quando seria o momento ideal? Posso te chamar em [prazo] pra gente retomar?”

Segmente seus leads

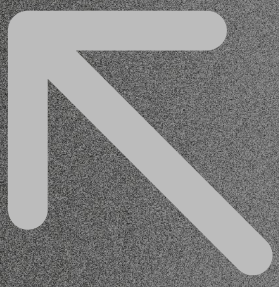
• Lista A: Orçamentos em aberto — demonstraram interesse mas não fecharam

• Lista B: Leads que sumiram — responderam no início e pararam

• Lista C: Pacientes VIP — já compraram, potencial de upsell

• Lista D: Pacientes satisfeitos recentes — peça indicação

Cada lista tem abordagem diferente. Não trate todo lead igual.





06

Guia de Referências Rápidas

Frases, analogias e situações-limites – leia antes de cada consulta



Glossário Rápido

Consulte aqui se algum termo for novo pra você

Full Face — Projeto completo pro rosto — todas as áreas que conversam entre si

Rapport — Conexão de confiança entre você e a paciente

Prova social — Fotos de resultado e depoimentos de outras pacientes satisfeitas

Confronto empático — Provocar com carinho — fazer a paciente encarar uma verdade difícil de forma acolhedora

Frases que vendem

Leia antes de cada consulta. Internalize.

• Eu consigo te entregar isso. Mas não com procedimento isolado.

• Se eu fizer apenas [X], eu comprometo o resultado.

• Meu compromisso é com o seu resultado, não com a venda.

• Se em 15 dias precisar de ajuste, eu faço sem custo.

• Fora a parte financeira, existe alguma dúvida sobre o plano?

• Lembra que você disse que [dor]? Isso aqui resolve exatamente isso.

• Seu rosto não vai mais comunicar cansaço quando você não está cansada.

• Ninguém mais vai perguntar se você está cansada.

• Você não vai mais evitar tirar foto.

• Vamos começar pelo que vai te dar o impacto mais imediato.

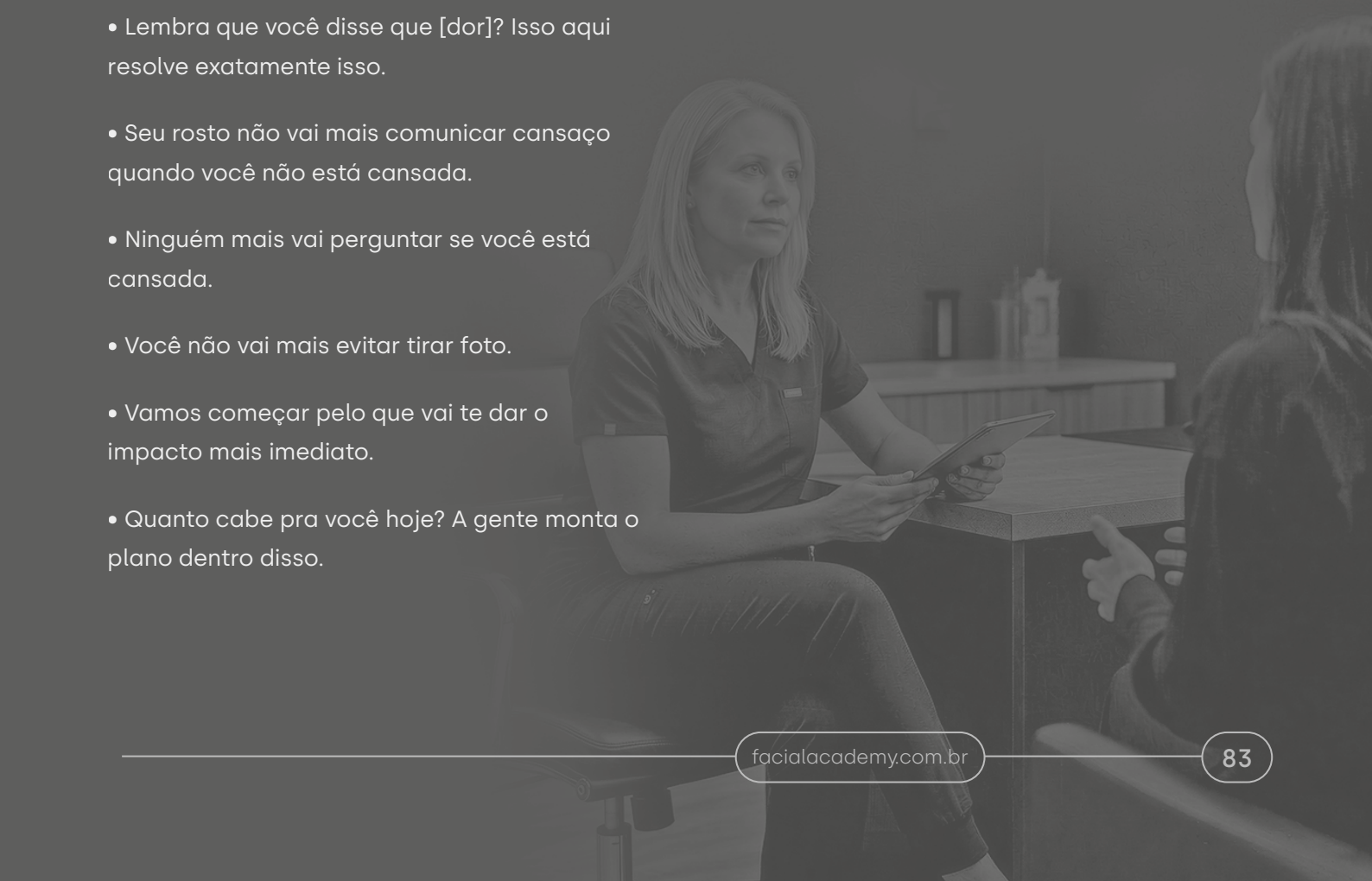
• Quanto cabe pra você hoje? A gente monta o plano dentro disso.

• Se confirmar hoje, incluo [procedimento complementar] sem custo.

• Se você ficou feliz com o Botox que leva 7 dias, imagina o que vai sentir quando em 40 minutos eu resolver isso pra você.

• A secretária vai te ajudar a encontrar a melhor forma de pagamento.

• Ficou no valor de R$[X]. Como fica bom pra você? A gente pode parcelar.



Frases que matam a venda

Elimine do seu vocabulário.

"Você quer fazer?"

Dá espaço pro NÃO.

Troque por: **"Vamos fazer assim..."**

"O que achou?"

Abre espaço pra dúvida.

Troque por: **"Ficou incrível, olha só!"**

"Vou te passar o orçamento."

O plano fica com VOCÊ.

Não entregue por escrito.

"Tá bom, qualquer coisa me chama."

Nunca deixe o próximo contato
na mão do lead.

Agende: **"Posso te ligar [dia] às [hora]?"**

"Fica à vontade pra pensar."

Fuga disfarçada.

Troque por: **"O que exatamente precisa avaliar? Te ajudo agora."**



"Vou dar um desconto."

Desvaloriza.

Troque por: **"Quanto cabe pra você? Monto o plano dentro disso."**

"É só um combo."

Nunca combo ou promoção.

Use: **"Plano diferenciado" ou "condição especial".**

"Rostinho" / "Amiga" / "Miga"

Infantiliza.

Trate como adulta que busca transformação.

"Bioestimulador de colágeno"

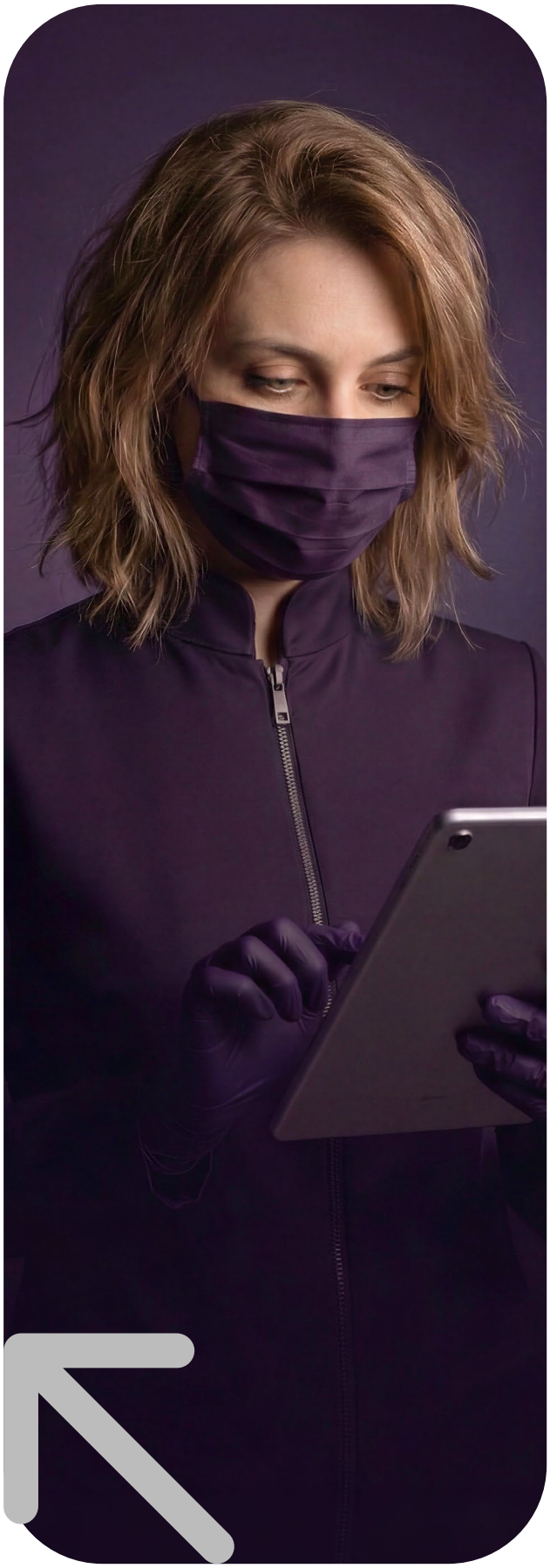
Jargão que ninguém entende.

Diga: **"Tratamento que faz sua pele produzir firmeza de novo".**

Perguntar idade

Gatilho negativo.

Você não precisa dessa informação na consulta.



Banco de analogias

Use para explicar conceitos sem jargão técnico.

• Por que precisa de plano completo e não procedimento isolado

> "Nosso rosto é como uma casa: não adianta pintar uma parede e deixar o telhado caindo. Tudo conversa. Se eu arrumo a boca sem olhar o queixo, o resultado fica desequilibrado."

• Por que o rosto precisa de volume

> "Pensa que seu rosto é uma almofada. Com o tempo, o recheio vai descendo. O que a gente faz é colocar a almofadinha de volta no lugar certo."

• Por que o resultado é natural

> "É como a moldura de um quadro. Se a moldura é boa, o quadro brilha — mas ninguém repara na moldura. Esse é o objetivo: ninguém percebe que foi feito, mas todo mundo percebe que você está mais bonita."

• Por que investir em harmonização e não só em skincare

> "Skincare é como manutenção do carro — mantém o que tem. Harmonização é como a revisão estrutural — resolve o que a manutenção não alcança."

• Por que o tratamento é processual

> "É como academia: você não entra e sai musculosa. Mas em 3 meses já vê a transformação, e em 6 está irreconhecível."

• Por que fazer procedimento no mesmo dia

> "A emoção é como uma onda: se você surfa agora, aproveita a força. Se espera, ela passa e você precisa de outra onda."

• Por que o plano tem etapas

> "Ninguém reforma uma casa inteira em um dia. A gente faz por etapas: primeiro o mais impactante, depois refina."

• Por que escolher harmonização em vez de cirurgia

> "Cirurgia é como uma mudança de casa: caro, demorado e você fica parada. Harmonização é como uma reforma inteligente: investe menos, continua sua rotina e o resultado é progressivo."

Situações-limite

O que fazer quando...

A paciente começa a chorar durante a consulta

Não se assuste. Isso é BOM — significa que você tocou na dor real. Diga com calma: 'Fica tranquila. Isso mostra o quanto isso é importante pra você. Estou aqui pra te ajudar a resolver.' Ofereça água. Dê espaço. Não preencha o silêncio. Quando ela se recompuser, diga: 'Obrigada por confiar em mim. Agora me conta mais.' A vulnerabilidade cria o vínculo mais forte que existe. O QUE NÃO FAZER: nunca diga 'não precisa chorar' ou 'calma, não é pra tanto'. Não toque a paciente sem permissão. Não mude de assunto pra aliviar o clima. O choro É o processo — deixe acontecer.

A paciente menciona preço de concorrente

"A Dra. Fulana cobra R$3 mil." — Não rebata e não desqualifique a concorrente. Diga: "Que bom que você está pesquisando. O mais importante é você entender o que está incluído em cada proposta. No nosso caso, o plano é completo — inclui acompanhamento, retoque se necessário e um projeto pensado pro seu rosto, não um procedimento genérico. Posso te mostrar como funciona?"

A paciente mostra foto de celebridade e diz 'quero ficar assim'

Valide o desejo, redirecione pra realidade: 'Entendo o que te atrai nessa imagem. Vamos usar como referência de DIREÇÃO, não de destino. Cada rosto é único. O que funciona no rosto dela pode não funcionar no seu — e o contrário também. Meu papel é entregar a melhor versão do SEU rosto, não uma cópia.' Se a expectativa for extremamente irreal, considere NÃO atender.

A paciente quer ir embora ('vou pensar') e levanta da cadeira

Não segure fisicamente. Mas não se cale: 'Claro, sem problema. Mas me permite uma última pergunta? O que exatamente precisa avaliar — o tratamento em si ou o investimento?' Se for o investimento: 'Posso te apresentar uma opção que cabe agora? Assim você já começa a resolver.' Se ela insistir em sair: 'Tudo bem. Posso te ligar [dia] às [hora] pra gente retomar? Assim não perdemos o que planejamos aqui. 'NUNCA diga 'fico no aguardo'.

Situações-limite

O que fazer quando...

A paciente pede desconto agressivamente

"Me faz por X?" — Não negocie o preço. Negocie o escopo. "Entendo que o valor pesa. Me fala: quanto cabe pra você hoje? Eu consigo montar um plano que começa dentro desse valor. Não é desconto — é uma estratégia que respeita seu orçamento e entrega resultado." Se ela insistir em desconto puro, diga: "Infelizmente não tenho como reduzir o valor, porque o custo do material e a minha dedicação ao seu caso são os mesmos. O que posso fazer é ajustar o plano."

A paciente já fez procedimento com outro profissional e está insatisfeita

Jamais desqualifique o trabalho anterior. "Entendo sua frustração. Me conta exatamente o que te incomodou no resultado. Vou analisar o que foi feito e te dizer com honestidade o que é possível melhorar." Isso posiciona você como a autoridade que resolve — não como quem ataca o colega.

A paciente traz o marido e ele resiste ('isso é besteira')

Não confronte. Conquiste: 'Que bom que você veio. A opinião de quem a [nome] confia é muito importante. Deixa eu te mostrar o que estamos planejando — não é sobre mudar o rosto dela, é sobre devolver a confiança que ela sente que perdeu.' Mostre os casos de antes/depois. Geralmente o marido muda quando VÊ o resultado. Se possível, envolva: 'E você, já pensou em cuidar dessas marcas aqui? Homens também procuram bastante.'

A paciente quer TUDO no mesmo dia e você sabe que não é indicado

"Entendo sua vontade de resolver tudo agora — isso mostra o quanto você está comprometida. Mas se eu fizer tudo de uma vez, o inchaço sobreposto pode comprometer a visualização do resultado e eu perco a precisão. Meu compromisso é com a qualidade. Vamos fazer o mais impactante hoje e agendar o próximo passo pra daqui a [X] dias?"

Tradução técnico humano

Ácido hialurônico:

Um gel que devolve o volume que você perdeu

Bioestimulador de colágeno:

Um tratamento que faz sua pele produzir firmeza de novo

Toxina botulínica:

Um relaxante que suaviza essas marcas de expressão

Rinomodelação:

A gente modela o contorno do nariz sem cirurgia

Full face:

Um projeto completo pro seu rosto, trabalhando todas as áreas que conversam entre si

Preenchimento de malar:

Devolver o volume da maçã do rosto pra levantar essa região

Preenchimento de mandíbula:

Definir o contorno do rosto pra dar estrutura e firmeza

Skinbooster:

Uma hidratação profunda que dá brilho e qualidade pra sua pele

Retoque:

Um ajuste fino pra garantir que ficou perfeito

facialacademy

facialacademy.com.br