

# Vendedores de sonhos

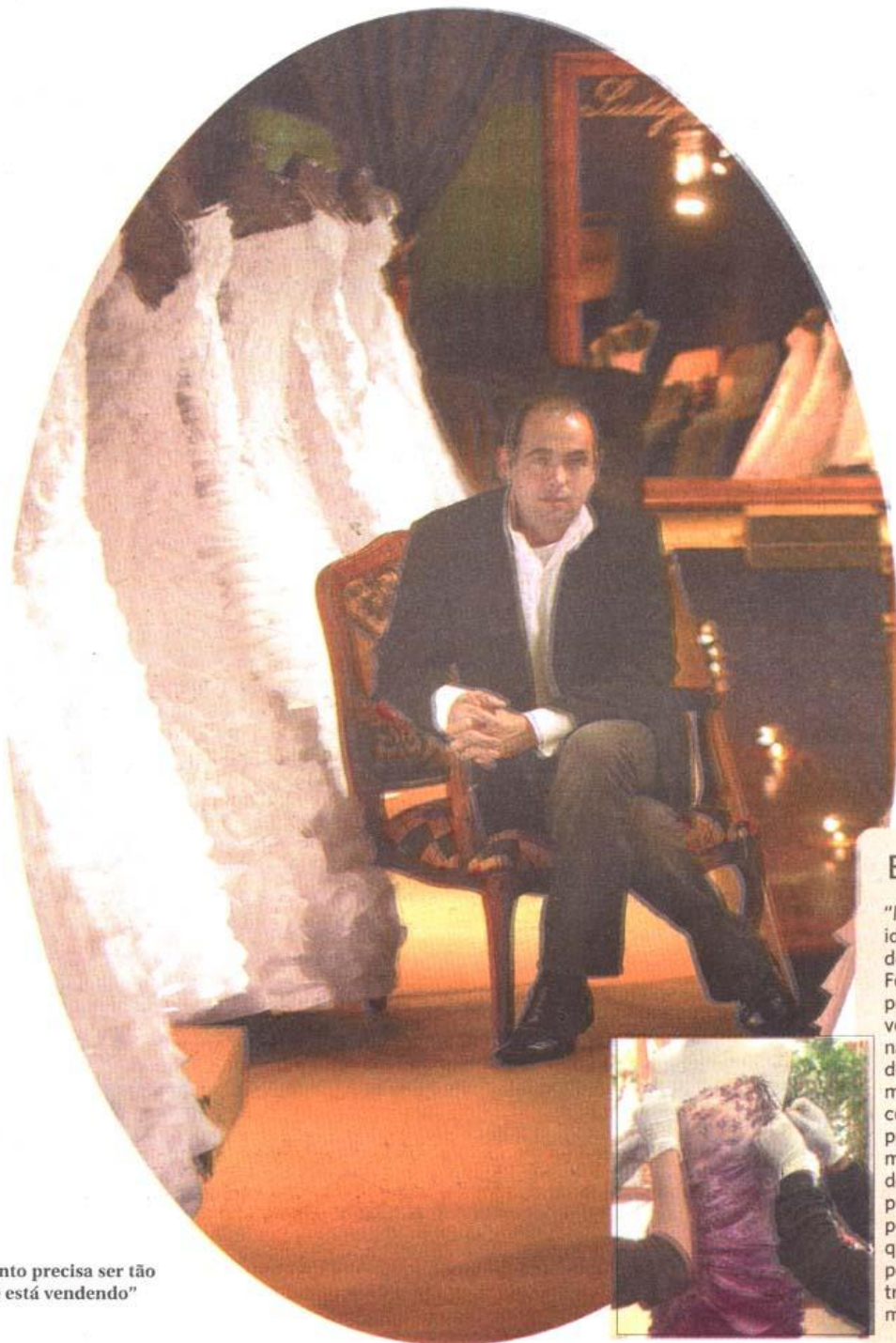
Quem trabalha com o mercado de luxo precisa entender sobre desejos, aspirações e emoções, diz estilista

**N**ão basta vender um produto ou serviço. Quem trabalha com o mercado de luxo precisa entender sobre desejos, aspirações e emoções. "Eu não vendo um vestido, eu vendo sonhos", diz o estilista Luddy Ferreira, especializado em haute couture (alta-costura em francês) para noivas e festas. E, para isso, além da exclusividade de seus desenhos e o glamour de suas criações, todo o processo de produção das peças que vende é pautado em conceitos de elegância e personalização e sua equipe é preparada para lidar com este público tão exigente.

O ateliê está localizado em um bairro nobre de Campinas, em uma imponente e elegante casa construída num terreno de sete mil metros quadrados, e conta com decoração e mobília de designers famosos. Tudo isso porque a qualificação dos profissionais e o atendimento prestado dentro deste segmento são fundamentais para o sucesso de um empreendimento do setor. A seda é pura e a renda assinada por estilistas famosos como Christian Dior, mas o que determina a venda é o tratamento. "As clientes vêm ao ateliê pelo menos doze vezes para fazer as provas. E os atendimentos duram, em média, três horas, ou seja, é uma relação de amizade e até de intimidade. E elas querem ser atendidas por mim, não por um funcionário. Isso faz toda a diferença", afirma Luddy. Não basta servir um café ou um bom espumante aos clientes. O tratamento precisa ser tão requintado quanto o que se está vendendo.

Continua na página 30

Luddy Ferreira: "O tratamento precisa ser tão requintado quanto o que se está vendendo"



"Muita coisa depende exclusivamente de mim no processo de confecção e isso não pode mudar, mas para as fases em que é preciso ter ajuda de outras pessoas, não é fácil. Falta gente para trabalhar"

## Extrema delicadeza

"Minha modelista tem 80 anos de idade e eu não posso ficar sem ela de jeito nenhum", diz Luddy Ferreira. Para ele, que lida com um produto tão delicado, em que os vestidos são feitos com fibras naturais (não podem sequer ser dobrados, são totalmente feitos à mão por bordadeiras paramentadas com luvas), a busca por profissionais qualificados é ainda mais complicada. "Muita coisa depende exclusivamente de mim no processo de confecção e isso não pode mudar, mas para as fases em que é preciso ter ajuda de outras pessoas, não é fácil. Falta gente para trabalhar, até porque, neste mercado, o céu é o limite", diz.

# Mão de obra cada vez mais qualificada

Profissionais passam longos períodos em treinamento para atender clientela exigente

Com o aquecimento do segmento de alto luxo em Campinas, a procura por mão de obra específica também tem aumentado. Em toda a cadeia há necessidade de profissionais que possam atender a este público tão específico. A gerente de retail da **Page Personnel**, consultoria especializada em recrutamento e seleção de profissionais, Fernanda Máximo, conta que, desde o ano passado, atendeu pelo menos duas dezenas de empresas da região de Campinas interessadas em contratar pessoas para trabalhar dentro do segmento premium. Uma delas, que deve ser inaugurada ainda neste mês, é uma loja de

roupas femininas que faz parte de um grande grupo empresarial ao qual pertenceu a Daslu, loja que já foi ícone de mercado. "Para esta boutique, as vendedoras precisam falar um segundo idioma, ter excelente nível cultural, experiência com este público e transitar com facilidade pelo meio", afirma Fernanda. E, da mesma forma que as exigências são maiores, as remunerações também devem ser. Um gerente de loja pode ganhar até R\$ 10 mil por mês entre salário fixo e comissões.

Mas, encontrar este tipo de profissional não é fácil. O diretor da MBI Motors, loja da BMW em Campinas, Fernando Graça, conta que, apesar da rotatividade ser pequena, ela não costuma esperar uma nova vaga ser aberta em sua equipe para buscar novos profissionais. "Eu tenho um cadastro reserva porque é muito difícil encontrar alguém com este perfil. No caso dos carros de luxo, por exemplo, além de bem relacionados e possuir boa formação cultural, é preciso também ter conhecimento técnico, saber princípios de matemática financeira e gostar do setor", afirma. E ainda há qualificação específica sobre a marca, que para adquiri-la os vendedores passam pelo menos 20 dias do ano em treinamento.

R\$ 112

mil

É o valor do vestido mais caro produzido por Luddy Ferreira. O mais barato deles custa R\$ 8 mil.

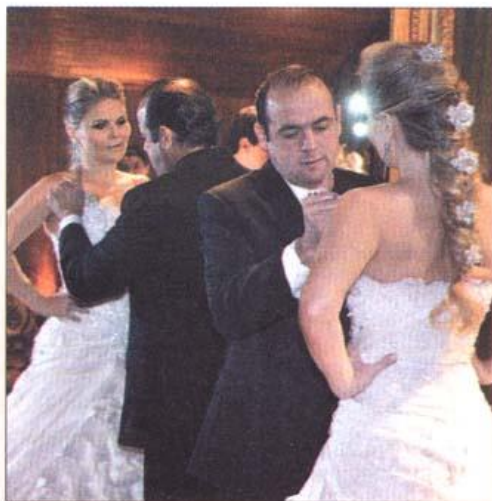


Luddy Ferreira com a equipe de seu ateliê: rotina de minúcias

"As clientes vêm ao ateliê pelo menos doze vezes para fazer as provas. E os atendimentos duram, em média, três horas, ou seja, é uma relação de amizade e até de intimidade"



Local tem decoração de designers famosos



## Tratada como rainha

A advogada Seviana Navarro, que pagou mais de R\$ 50 mil por um vestido de noiva, conta que, além do modelo ser deslumbrante e ela ter se sentido uma rainha no dia de seu casamento, quando foi à loja para conhecer o trabalho do estilista Luddy Ferreira, ficou encantada também pelo tratamento que recebeu. Ele próprio e suas costureiras foram mais que atenciosos. "Eles até levantam a auto-estima da cliente; a gente se sente a mulher mais linda do mundo e isso não tem preço", afirma Seviana.

Seviana Navarro: "A gente se sente a mulher mais linda do mundo e isso não tem preço"