

Rita Heroína Bianchessi

CONSULTORIA *de Imagem*

Guia Prático para Consultoria
de Imagem Feminina, Carreira,
Atendimento e Técnicas Aplicadas.



Rita Heroína Bianchessi

Consultoria de Imagem

Guia Prático para Consultoria de Imagem

Feminina: Carreira, Atendimento e Técnicas Aplicadas



editora
VIENA

1ª Edição
Bauru/SP
Editora Viena
2023

SUMÁRIO

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS	13
1. A BASE DA CONSULTORIA DE IMAGEM	15
1.1. O Consultor de Imagem	17
1.2. Para Quem é a Consultoria e o Mercado de Trabalho.....	19
1.3. Histórico da Profissão	22
1.4. Primeira Impressão	23
1.5. Os Pilares da Imagem	25
1.6. Habilidades do Consultor de Imagem.....	27
2. METODOLOGIA DE TRABALHO	33
2.1. Identificação do Desejo de Imagem e Primeira Entrevista	35
2.2. Etapas Aplicáveis no Processo.....	37
2.3. Análise de Estilo	38
2.4. Análise Facial	39
2.5. Análise da Morfologia Corporal	40
2.6. Análise de Coloração Pessoal.....	40
2.7. Definição e Apresentação da Estratégia de Estilo.....	41
2.8. Revitalização do Guarda-roupa	42
2.9. Experiência e Compras em Lojas	43
2.10. Montagem Personalizada dos Looks.....	44
2.11. Dossiê Final	45
2.12. Benefícios da Consultoria	46
3. ESTILO PESSOAL	51
3.1. O Que é Estilo.....	53
3.2. Como Investigar o Estilo da Cliente	56
3.3. Os Elementos de Design na Moda.....	58
3.3.1. As Linhas.....	58
3.3.2. A Silhueta da Roupas	59
3.3.3. As Cores	60
3.3.4. As Texturas	60
3.4. Os Tipos de Estilos e Suas Linguagens	61
3.4.1. Estilos Clássicos	61
3.4.1.1. Tradicional.....	62
3.4.1.2. Esportivo	63
3.4.1.3. Elegante.....	64
3.4.2. Estilos Considerados Não-Clássicos	66
3.4.2.1. Romântico.....	66
3.4.2.2. Sexy / Magnético	67
3.4.2.3. Criativo	68
3.4.2.4. Dramático	69
4. MORFOLOGIA CORPORAL.....	73
4.1. O Corpo.....	75
4.2. Equilíbrio Corporal na Silhueta	75
4.2.1. Retângulo	77
4.2.2. Oval	78
4.2.3. Figura Oito.....	78

4.2.4.	Ampulheta.....	79
4.2.5.	Triângulo	80
4.2.6.	Triângulo Invertido.....	80
5.	VISAGISMO	83
5.1.	O Rosto.....	86
5.2.	As Mensagens das Linhas no Rosto	87
5.3.	Formatos do Rosto.....	87
5.3.1.	Rosto Oval.....	90
5.3.2.	Rosto Redondo.....	90
5.3.3.	Rosto Quadrado	91
5.3.4.	Rosto Retangular	91
5.3.5.	Rosto Triangular	92
5.3.6.	Rosto Triangular Invertido	92
5.3.7.	Rosto Hexagonal de Base Reta	93
5.3.8.	Rosto Hexagonal de Lateral Reta	93
5.3.9.	Rosto Losangular	94
6.	AS CORES NA IMAGEM PESSOAL	97
6.1.	Classificação das Cores e Suas Propriedades	100
6.2.	Mensagens das Cores e Seus Efeitos	101
6.3.	Círculo Cromático e Suas Harmonias	107
6.3.1.	Harmonia Monocromática	108
6.3.2.	Harmonia Complementar	108
6.3.3.	Harmonia Complementar Dividida.....	109
6.3.4.	Harmonia Análoga	109
6.3.5.	Harmonia Triádica.....	110
6.3.6.	Harmonia Tetrádica.....	110
6.4.	O Contraste Pessoal.....	111
6.5.	A Coloração Pessoal.....	112
7.	GUARDA-ROUPA	119
7.1.	Importância do Armário	121
7.2.	Reconhecimento das Peças.....	123
7.3.	Revitalização do Closet	126
8.	COMPRAS.....	131
8.1.	Personal Shopper	133
8.1.1.	A Experiência de Compras Com a Cliente	137
9.	MONTAGEM DOS LOOKS	141
9.1.	A Produção dos Looks e Suas Etapas.....	143
9.1.1.	Seleção das Peças Para Montagem dos Looks.....	145
10.	DOSSIÊ DE CONSULTORIA.....	151
10.1.	A Importância do Dossiê	153
REFERÊNCIAS		157
GLOSSÁRIO		159

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

<i>AICI</i>	<i>Associação Internacional dos Consultores de Imagem.</i>
<i>CEO</i>	<i>Diretor executivo.</i>
<i>CFO</i>	<i>Diretor financeiro.</i>
<i>COVID-19</i>	<i>Coronavírus.</i>
<i>EUA</i>	<i>Estados Unidos.</i>
<i>TED</i>	<i>Tecnologia, Entretenimento e Design.</i>

C A P Í T U L O

1

A BASE DA CONSULTORIA DE IMAGEM

O CONSULTOR DE IMAGEM

•

PARA QUEM É A CONSULTORIA E O MERCADO DE TRABALHO

•

HISTÓRICO DA PROFISSÃO

•

PRIMEIRA IMPRESSÃO

•

OS PILARES DA IMAGEM

•

HABILIDADES DO CONSULTOR DE IMAGEM



A BASE DA CONSULTORIA DE IMAGEM

1

CAPÍTULO

“Trabalhar a imagem de uma mulher é mergulhar em sua história de vida, nos seus valores, na forma como ela se vê e como deseja ser vista pelo outro.”

Rita Heroína



Tati Trindade

1.1. O CONSULTOR DE IMAGEM

O consultor de Imagem é o profissional que analisa e aprimora a imagem de uma pessoa ou de uma empresa, em relação a aparência, ao comportamento e a comunicação.

O objetivo do nosso trabalho é otimizar os resultados na vida das pessoas que nos procuram, sejam eles a nível pessoal ou profissional através do visual.

A carreira do Consultor está intimamente ligada a área de comunicação, pois, após a consultoria, a cliente conseguirá se expressar e se comunicar com mais clareza.

Na Consultoria de Imagem será possível se dedicar tanto para pessoa física, como para pessoa jurídica. Nas empresas, o profissional poderá ministrar palestras, treinamentos, e desenvolver workshops personalizados para os colaboradores.

É possível ainda atuar em eventos de lojas, em curadoria de produtos, no e-commerce das marcas, desenvolvendo uniformes, montando políticas de *dress code* (código de vestimenta) para empresas, dentre outros serviços relevantes.

O coração do Consultor de Imagem pulsa para orientar as pessoas em sua identidade visual, para que elas se sintam seguras na maneira como se revelam para o mundo. O intuito é fazer a cliente se sentir confortável na própria pele, ajudá-la nas questões que envolvem o corpo e aparência, como redescobrir o guarda-roupas, encontrar seu estilo, usar e combinar as cores nas peças, além de comprar com segurança.

Um dos objetivos desta atividade é fazer com que as clientes consigam se enxergar com mais generosidade e leveza.

Durante o atendimento, será importante que a cliente descubra e perceba o que possui de belo, diminuindo a autocrítica exagerada, tão comum no universo feminino. Para atingir esse propósito, será necessário entender a personalidade dessa mulher, mergulhar no seu momento de vida, auxiliá-la a imprimir sua essência no que veste, sempre respeitando suas crenças, valores, condição social e cultura.

Este trabalho impactará positivamente na vida das nossas clientes.

Através das ferramentas aplicadas na consultoria, serão gerados ganhos de autoconhecimento nas mulheres atendidas.

Os principais aprendizados adquiridos pela cliente serão:

- » Compreender a morfologia e proporções do corpo e rosto.
- » Identificar as partes do corpo que mais gostam e querem valorizar.
- » Aprender a identificar seus gostos pessoais.
- » Entender como desenvolver e comunicar seu estilo.
- » Descobrir as roupas e acessórios, que harmonizam com seu estilo.
- » Conhecer as cores, estampas e tecidos que a valorizam.
- » Ganhar tempo e praticidade na hora de se vestir.
- » Passar a fazer compras de forma focada e estratégica.
- » Aprender a usar mais as peças do armário e de formas diferentes.
- » Apreciar a própria imagem.

A consultoria de imagem provoca elevação na autoestima, repercutindo diretamente no comportamento pessoal. Após uma consultoria de imagem, a cliente sentirá mais estímulo por alcançar suas metas pessoais e profissionais.

Um relato frequente entre a maioria das mulheres que se submeteram a um processo de consultoria de imagem é do aumento expressivo da produtividade pessoal

após a consultoria. Além de enxergarem uma melhora visível na comunicação da sua marca pessoal, algo de muito valor hoje em dia no mercado de trabalho.

É comum, durante e após a consultoria, a cliente reavaliar vários aspectos da vida, como por exemplo, se está satisfeita com os relacionamentos, o trabalho, sua vida social, entre outros pontos.

O trabalho do consultor é uma experiência que gera bem-estar, algo desejado pelas pessoas.

Com frequência, após concluir as consultorias, é comum ouvir depoimentos como:

- » “Estou me sentindo linda e segura no que visto.”
- » “Minha autoestima está nas alturas.”
- » “Estou me arrumando muito mais rápido.”
- » “Estou mais animada e produtiva no meu trabalho.”
- » “Estou recebendo muitos elogios.”
- » “Tomei decisões importantes na minha vida, que deveria ter tomado antes, porém não tinha coragem.”
- » “Estou usando muito mais minhas roupas e acessórios.”

São testemunhos como esses, que mostram o efeito da consultoria de imagem na vida de cada mulher.

1.2. PARA QUEM É A CONSULTORIA E O MERCADO DE TRABALHO

Segundo o filósofo francês Gilles Lipovetsky, *“as variações incessantes da moda e o código da elegância convidam ao estudo de si mesmo, à adaptação a si das novidades, à preocupação com o próprio traje”*.



Cintia Trigo

Eu, Rita Heroína, entendo que atualmente, vai muito além da questão da moda e dos códigos de elegância. As pessoas buscam ter um estilo próprio, único, autêntico, que mostre sua personalidade, seu jeito de ser, sem copiar ninguém. Elas querem imprimir sua essência no que vestem.

A meu ver, são as diversas experiências que acontecem ao longo da nossa vida, que provocam a avaliação de quem somos, do que gostamos, do nosso estilo pessoal e do que queremos transmitir ao outro.

A consultoria de Imagem é para qualquer pessoa, que queira se conhecer melhor, ter clareza do que sua imagem expressa, através das suas roupas, acessórios, do cabelo, maquiagem, tom de voz e gestos.

Toda pessoa poderá ser beneficiada fazendo uma consultoria de estilo, em qualquer momento da sua vida.

Porém, pessoas que estejam passando por processos de mudanças na vida ou transição na carreira, são ótimos candidatos a vivenciarem todo o processo de uma consultoria de imagem.

Pois, toda grande mudança nos faz refletir, olhar internamente, despertando em nós o desejo de renovação, que em muitas ocasiões será impulsionado com os ajustes feitos na imagem.

Situações em especial, como uma transição de carreira, são excelentes momento para vivenciar a consultoria, pois requerem uma mudança maior na linguagem do guarda-roupas e na forma de se expor visualmente.

Abaixo, alguns exemplos de momentos chaves, para fazer uma Consultoria de Imagem:

- » Após uma separação ou divórcio.
- » Após a maternidade.
- » Após uma mudança corporal muito grande, com ganho ou perda de peso extremos.
- » Posteriormente a bariátrica e cirurgias plásticas em geral.
- » Mudança de País.
- » Ao ingressar em novo ou primeiro emprego.
- » Em mudança de cargo no trabalho.
- » Em transição de carreira.
- » Ao empreender ou abrir o próprio negócio.

As situações mencionadas anteriormente, são ótimos momentos na vida para fazer uma renovação na imagem pessoal. Nessas situações, existe uma vontade maior de atualizar o visual, as prioridades mudam, assim como a forma com que a cliente se enxergar.



©iStockphoto.com/Prostock-Studio

Momento após a maternidade.



©iStockphoto.com/Riddofanz

Mulher ocupando cargo elevado em empresa.



©iStockphoto.com/monkeybusinessimages

Mulher empreendedora, abrindo o próprio negócio.

Todavia, além de produzir resultados excelentes nesses cenários expostos, a consultoria pode ser bem aproveitada em qualquer momento da vida. Tendo em vista que se trata de uma experiência enriquecedora, que possibilita a mulher se conhecer melhor, e isso é algo desejado sempre, pelas pessoas.

Atualmente, mulheres empreendedoras e executivas, são as que mais procuram realizar a experiência da Consultoria de Imagem, para otimizar suas imagens pessoais. Elas têm a clareza, do quanto a imagem é uma forte aliada dentro dos seus negócios.

O mercado de trabalho de Consultoria de Imagem está bem aquecido no Brasil, e isso foi observado mesmo durante a pandemia do Covid-19.

Por ser uma profissão relativamente nova no país, a Consultoria de Imagem ainda tem muito espaço para crescer e se destacar ainda mais.

As principais motivações para quem quer ingressar nesse mercado são:

- » A satisfação em trabalhar com a autoestima das pessoas.
- » O aumento da busca pelo autoconhecimento e autocuidado pelas pessoas.
- » A profissão estar em um momento de ascensão no Brasil.
- » A consultoria estar em evidência na internet especialmente nas mídias sociais.
- » A notória quebra dos “padrões” de beleza antigos que eram impostos.
- » A maior valorização dos cuidados com o visual, no ambiente corporativo.
- » O despertar das empresas para o quanto esse trabalho, gera resultados positivos para seus colaboradores, no ambiente de trabalho.

1.3. HISTÓRICO DA PROFISSÃO

A profissão de Consultoria de Imagem é considerada mundialmente recente.

Segundo o London Image Institute, uma das escolas pioneiras na área, localizada em Atlanta, nos EUA, a indústria de Consultoria de Imagem começou no final dos anos 1970 e início dos anos 1980. Ou seja, , são apenas quarenta e poucos anos de existência.

Quando a consultoria começou, naquela época, basicamente só políticos, artistas, estrelas de TV, modelos e celebridades eram os prováveis candidatos a contratar um consultor. Hoje sabemos que a realidade é bem diferente, e que a Consultoria de Imagem é contratada por um público bem mais abrangente.

Na década de 1980, os Estados Unidos viviam um momento social importante no país. As mulheres estavam entrando no mercado de trabalho de uma maneira expressiva, na busca de se colocar profissionalmente, competindo em um mercado que até então era dominado por homens. O que nos sinaliza, que a consultoria de Imagem deve ter despontado e crescido durante esse período, para ajudar essas profissionais a crescerem e se destacarem na carreira.

Outro ponto relevante também, para que possamos compreender melhor sobre o nascimento desta profissão é o surgimento da AICI (Association of Image Consultants International), uma das principais associações de profissionais de Imagem que existe, fundada em 1990, nos Estados Unidos.

A AICI, em sua homepage, (https://www.aici.org/page/Our_History), narra que a formação desta associação se deu por conta da necessidade de atender a explosão de novos participantes. consultores que nos primeiros anos da década de 1980 buscavam entender e estudar mais sobre a indústria de cores e imagens.

No Brasil, os primeiros consultores de Imagem surgiram em meados da década de 1990.

Segundo o site da AICI Brasil, por volta do ano de 2010, nasceu o capítulo brasileiro, hoje um dos que mais cresce em todo mundo. Fato esse, que mostra o avanço e solidificação da profissão.

1.4. PRIMEIRA IMPRESSÃO

Formar uma primeira impressão de alguém faz parte da natureza humana, nós somos seres altamente visuais. Nosso visual passa mensagens, e cada pessoa faz uma leitura do que enxerga de forma inconsciente.



Ao vermos uma pessoa pela primeira vez, não paramos para pensar no que sentimos ao olhar para a imagem desta pessoa. Apenas realizamos uma leitura automática desta pessoa. Não é algo que conseguimos controlar. Isso acontece a nível cerebral.

Portanto aquele ditado que diz, a primeira impressão é a que fica, tem um fundo de verdade.

A maneira como nós nos mostramos para o mundo, impacta na percepção que os outros têm de nós. Nossa imagem tem a capacidade de comunicar quem somos, principalmente quando ela está sedimentada na nossa essência, valores e personalidade.

Como mencionado anteriormente, quando conhecemos alguém pela primeira vez, fazemos uma leitura desta pessoa, mas também provocamos uma leitura de nós mesmos no outro, que acontece a nível cerebral, de forma não consciente e em poucos segundos.

Segundo um estudo feito em 2006, na universidade americana de Princeton, pelos pesquisadores Janine Willis e Alexander Todorov, apenas um décimo de segundo, é suficiente, para que as pessoas façam julgamentos sobre nós, com base em nossa aparência facial, e que nossas intuições sobre atração e confiança estão entre, as que formamos mais rapidamente.

Nessa mesma pesquisa, o psicólogo Alexander Todorov explica: “Decidimos muito rapidamente se uma pessoa possui muitas das características, que consideramos importantes, como simpatia e competência, embora não tenhamos trocado uma palavra com ela. Parece que estamos programados para fazer essas inferências de uma forma rápida e irrefletida”.

Desta forma, podemos perceber, que o tempo é curtíssimo para cravarmos uma boa impressão na cabeça do nosso espectador. Essas primeiras impressões podem ser duradouras na mente de quem nos conhece.

Em uma entrevista de emprego, por exemplo, ter experiência na vaga pela qual se está concorrendo e uma formação em excelentes escolas, já não são pontos considerados suficientes para garantir uma contratação.

É preciso estarmos preparados em vários aspectos, inclusive na vestimenta que usaremos nesse momento, caso contrário, há uma grande chance de não conquistar o(a) entrevistador(a).



Normalmente, as pessoas se preparam anteriormente para a entrevista, pesquisando apenas sobre o perfil da empresa e o cargo que almeja. porém, poucas pensam em se vestir com uma intenção, pensada para esse momento.

Quanto melhor nos preparamos, inclusive pensando na vestimenta, estaremos aumentando nossas chances de sermos contratadas, mesmo que a experiência para a vaga não seja tão grande. Por essa razão, oriento minhas clientes na consultoria, para criarmos uma estratégia clara na comunicação sobre elas, para que elas possam utilizar sempre que forem expostas a situações como essas.

O vestir deve acontecer de forma pensada e planejada, levando em consideração nosso objetivo pessoal e o que queremos conquistar.

Dessa forma, conseguiremos gerar ótimas conexões com as pessoas e alcançarmos resultados mais rápidos e objetivos, na nossa vida.

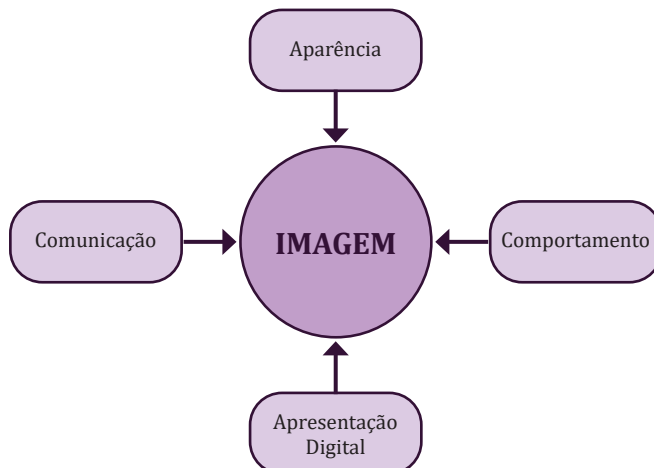
1.5. Os PILARES DA IMAGEM

Tudo o que é visto na nossa imagem comunica algo, conta uma história do nosso eu, quer gostemos desse fato ou não.

A comunicação humana, inclusive, é uma das áreas que mais desperta interesse nas pessoas, se destacando como um tema estudado pelos pesquisadores há muitos anos, especialmente nas relações interpessoais. Nós processamos a comunicação, tanto a nível verbal, como não verbal.

Os quatro principais pilares da Imagem são:

- » Aparência.
- » Comportamento.
- » Comunicação.
- » Apresentação digital.



A comunicação verbal diz respeito ao que é transmitido por meio das palavras, do discurso que sai da nossa boca. Já a comunicação não verbal é a forma não falada, transmitida através da aparência, dos objetos que usamos no corpo, e de tudo que envolve a linguagem corporal, como o contato visual, os gestos, a postura.



Em relação a aparência consideramos as roupas, os acessórios, os cuidados pessoais como a higiene, o cabelo, a pele e a maquiagem.

A apresentação digital é a forma como nos expressamos e nos posicionamos na internet, por exemplo como somos vistos nas redes sociais.

Atualmente nossa imagem se encontra, boa parcela do tempo, exposta no mundo virtual. Sendo inclusive a forma como somos percebidos e descobertos por nossos possíveis futuros clientes.

Durante a pandemia e agora, no pós pandemia, o trabalho home passou a ser muito utilizado e com ele as reuniões virtuais e atendimentos on line. Todavia, mesmo neste formato precisamos estar atentos a nossa identidade virtual.

Precisamos nos conscientizar que por meio da imagem, quer seja on line ou off line, mostramos a nossa real identidade ao mundo.

Através da nossa imagem, retratamos experiências, mostramos a nossa forma de interpretar a moda, colocamos sentimentos e emoções.

Segundo Amy Joy Casselberry Cuddy, psicóloga social americana, a linguagem corporal, além de comunicar sobre nós, atua na interação que causamos nos outros.

Judith Rasband, na obra *Wardrobe Strategies for Women*, fala que os elementos da Imagem Visual são a aparência, a linguagem corporal e o comportamento. Em comportamento serão considerados educação, gentileza e etiqueta.

O psicólogo e pesquisador Albert Mehrabian, descreve no seu livro *Silent Messages*, que as expressões faciais, em termos percentuais, têm o maior impacto quando nos comunicamos, por volta de 55%, já em segundo lugar vem a forma

como falamos (expressão vocal) com 38%, e em terceiro lugar as palavras propriamente ditas, com apenas 7%.

Mehrabian acredita que nossas expressões faciais, postura, movimentos e gestos são tão importantes, que quando nossas palavras contradizem as mensagens silenciosas contidas nas palavras, os outros desconfiam do que estamos dizendo.

Assim, podemos entender que aparência, linguagem corporal e nosso comportamento formam os pilares da Imagem Pessoal. A soma desses elementos e a sinergia entre eles é o que revela como somos percebidos pelos outros. O mais importante é que haja coerência entre esses pilares.

Nesses mais de oito anos assessorando as pessoas na Consultoria de Imagem, especialmente mulheres profissionalmente ativas, pude comprovar que, uma característica que faz toda a diferença na Imagem de alguém, é a autenticidade que ela transmite.

Para revelar essa autenticidade, é necessário haver conexão entre quem é de fato a pessoa, seus valores, seu estilo de vida, seus gostos pessoais e a forma como ela expressa essas questões em conjunto, na sua Imagem.

Após a experiência da consultoria, as pessoas se sentem atraentes, seguras e desenvoltas. As pessoas que expressam com clareza essas qualidades, cativam, envolvem e conquistam.

1.6. HABILIDADES DO CONSULTOR DE IMAGEM

Um ponto importante que precisamos compreender no nosso trabalho, como Consultoras e Consultores de Imagem é que estaremos cuidando de pessoas. Por isso, devemos ter habilidades para saber lidar com as emoções e com o comportamento humano.



Saber ouvir o outro, comunicar-se bem, ser livre de preconceitos e respeitar a todos, são qualidades básicas, esperadas em qualquer profissão, e na nossa ainda mais relevantes.

Nosso trabalho não se resume a falar de roupas, e sim, a gerenciar toda comunicação não verbal da pessoa que veste esse novo *look*.

Diferente do que vemos em alguns programas de moda na televisão, o papel do consultor, não é sair por aí jogando fora as roupas dos clientes. Tão pouco induzir a compra de uma peça de roupa, só porque é uma tendência.

Muito pelo contrário, nosso papel é orientar nossa cliente a aproveitar ao máximo o que ela já tem, respeitando seu estilo e seu bolso.

Nós usamos a moda sim, como uma das ferramentas dentro da construção da Imagem, através das roupas, acessórios, cabelos e da maquiagem, mas sempre respeitando a personalidade, o gosto pessoal e a história de cada um.

Na consultoria, acreditamos que a cliente deve se vestir de acordo com o seu estilo próprio, e não copiar a forma de vestir de outra pessoa. Pois isso não se sustenta, não gera autenticidade.

Entendemos, que está tudo bem consumir alguma tendência, desde que essa, faça sentido para sua personalidade e se conecte com seu estilo. O ser humano é único no seu jeito de ser e possui características diferentes, e isso deve ser considerado sempre.

Cada mulher tem sua forma de pensar, de se expressar através do que veste, tem uma forma individual de se revelar.

Devemos sempre ter empatia com nossas clientes, durante todo o processo do trabalho. E ainda, precisamos praticar a escuta ativa, estando presente por inteiro.

Isso significa se colocar na perspectiva do outro, ter atenção ao que a pessoa fala livre de julgamentos, pois todo ser humano quer e deve ser respeitado.

O posicionamento da pesquisadora e escritora americana Brené Brown é muito relevante, quando ela fala em relação a nossa existência como ser humano.

Em sua palestra TED “O poder da Vulnerabilidade”, disponível no Youtube, a pesquisadora afirma que a conexão é o que dá propósito e significado à nossa vida.

Em cada atendimento, precisamos mergulhar no universo do outro, tendo a habilidade de se conectar verdadeiramente. Além disso, nós consultores somos empreendedores, temos o nosso negócio, e, portanto, precisamos ter habilidades em comunicação, administração, marketing e finanças.

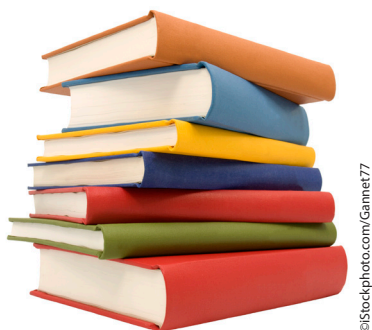
Para executarmos com propriedade nosso trabalho se faz necessário muito conhecimento, dedicação, preparo técnico, e domínio dos temas relacionados a área de Imagem.

Concluir um bom curso de formação em Consultoria de Imagem e Estilo é fundamental. Além de participar de outros cursos relacionados a área, como etiqueta, organização, maquiagem, comportamento, sempre buscando estar atualizado, pois nossa área é muito dinâmica.

Para isso é essencial a leitura de vários livros e artigos sobre imagem, estilo, moda, comportamento, beleza e tudo que for conectado a esse universo.

Ler bastante, compartilhar ideias e participar de grupo de estudos com colegas consultoras também é importante. Precisamos entender que a prática é que nos torna mais hábeis, experientes e melhores a cada dia.

Na consultoria direcionada a pessoas, podemos trabalhar com análise de coloração pessoal, análise de estilo, análise de tipo físico e proporções, análise facial, avaliação de guarda-roupa, montagem personalizada de looks, produção de mala para viagem, e ainda as compras personalizadas em lojas.



Para oferecermos esses serviços com maestria é necessário ter conhecimento relacionado a moda, tendências, biótipo, proporção corporal, visagismo, estilo pessoal, harmonização de acessórios, análise e coordenação de cores, produção de looks, construção e planejamento de guarda-roupa, mala inteligente, entre outros.

Alguns pontos essenciais que devem ser levados em conta pelas consultoras de imagem, especialmente as que estão em início de carreira são:

Realizar um plano de negócios.

- » Trabalhar sua própria marca pessoal e seu branding.
- » Identificar e conhecer seu público-alvo.
- » Manter postura e ética profissional.
- » Manter boa relação com parceiros e colegas de profissão.
- » Estar sempre atualizada, através de leituras, cursos, seminários e conferências relacionadas a área e assuntos que se correlacionem.
- » Estudar sobre comportamento humano.
- » Acompanhar as tendências de moda e *lifestyle* (estilo de vida).
- » Estar sempre conectada com o que está acontecendo na atualidade.

Exercícios

1. Defina o que faz uma Consultora de Imagem.

2. Descreva quais são os pilares da imagem pessoal.

3. Cite alguns momentos relevantes da vida, para contratar uma Consultoria de Imagem.

4. Explique quais são as principais habilidades esperadas em uma profissional Consultora de Imagem.
