

Como as roupas influenciam as compras

Pode parecer fútil e até mesmo perverso, mas dependendo de como você se apresenta muda – e muito – o impacto de sua experiência de compra, desde o tipo de produto que vão te oferecer até o nível de atenção que vai receber.

E você não precisa estar sempre engessado no mesmo visual, pode até ajustar conforme o estado de espírito ou a ocasião, veja só.

Visual sofisticado ou de marca – se você está usando algo mais elegante ou uma peça de grife, a tendência é que os vendedores presumam que você tem um poder aquisitivo maior. Isso significa que podem te oferecer produtos mais caros, um atendimento mais personalizado e até dedicar mais tempo para te ajudar.

Estilo casual e descontraído – se você opta por algo mais simples, tipo jeans e camiseta, são maiores as chances de os vendedores pensarem que não está disposto/a a gastar muito. A tendência é que mostrem opções mais acessíveis e dispensem um tratamento mais informal e íntimo no atendimento.

Em lojas de rua, onde a negociação de preços é comum, a roupa também tem um peso: com um visual mais simples, aumentam as chances de conseguir uma pechincha e até ficar mais aberto a negociar.

Infelizmente, estereótipos estão por toda parte, e as roupas podem desencadear isso muito rapidamente pois funcionam como um código. E sim, a roupa pode abrir portas para situações de preconceito. Em lojas de luxo, por exemplo, é mais comum que uma mulher que não esteja vestida “de acordo” seja ignorada ou tratada de forma menos respeitosa – o que é uma discriminação de aparência.

Embora o ideal fosse um atendimento em lojas sempre igual, independentemente de como estamos vestidos, a realidade mostra que as roupas influenciam, sim, a forma como somos percebidos e atendidos. Desde o tipo de produto sugerido até o nível de atenção dedicado, e até mesmo o preço final, tudo pode ser afetado pela imagem que projetamos. Até quando?