EBOOK · IMERSÃO JOIA DE ATLÂNTIDA

Onde se vende uma joia de cerâmica.

Os 7 canais de venda da joia de cerâmica — da roda de amigas à vitrine da loja.

Por Marcia Campetti

A peça pronta na mão

Vender não é um talento. É um caminho.

Depois que a peça vira joia de cerâmica, chega a pergunta prática: **onde é que isso se vende?** Muita artesã trava aqui — não por falta de capricho, mas por falta de mapa.

Este ebook é esse mapa: os 7 canais por onde a joia de cerâmica encontra quem compra — um por página, começando por quem está mais perto de você.

> **Você não precisa dos 7 caminhos para começar. Precisa de um — bem escolhido.**



IMERSÃO JOIA DE ATLÂNTIDA

A venda que você nem percebe

Use a sua joia — e deixe perguntarem.

A primeira vitrine da sua marca é você. Você usa a sua joia de cerâmica no dia a dia — na festa, na consulta, no almoço — e alguém repara, elogia e pergunta onde comprou. A resposta **“fui eu que fiz”** vale mais do que qualquer anúncio.

E as primeiras clientes já estão perto: amigas, família, colegas. Não é venda por favor — é a peça circulando entre quem confia em você. Cada uma que sai usando vira mais uma vitrine andando por aí.

A coleção na mesa da sala

A reunião de amigas.

Convide algumas amigas para um café em casa e apresente a nova coleção. Elas experimentam na hora, na frente do espelho, uma opinando sobre a outra — **a compra vira um programa**, não uma transação. O tom é de conversa, nunca de pressão.

E cada encontro planta o próximo: peça que cada convidada traga uma amiga nova. A coleção seguinte já nasce com plateia esperando.

Poucas peças, bem escolhidas

A TÉCNICA DA MALETINHA.

Uma maleta pequena que vai até a casa da cliente — ou passa uma tarde num escritório — e vende sem você estar lá.

O segredo é a montagem: **poucas peças, só novidades**, escolhidas para aquela cliente. Quem só usa brinco pequeno não recebe brinco grande; quem ama cor não recebe só tons neutros.



O balcão no bolso

A venda pelo WhatsApp.

É o começo mais natural: não custa nada, e as primeiras clientes já estão lá — as pessoas que viram você criar.

O limite aparece com o crescimento: os pedidos aumentam e falta tempo de responder um a um. É **o melhor problema que uma artesã pode ter** — e o sinal de que chegou a hora do próximo caminho.

O país inteiro como vizinhança

A SUA LOJA ONLINE.

O e-commerce alcança quem você nunca encontraria pessoalmente. A vitrine fica aberta o dia inteiro, o estoque fica em casa, e não existe aluguel de loja de rua.

Na marca da Marcia, foi um dos dois canais que mais venderam. E não precisa nascer pronto: **começa simples**, com poucas peças bem fotografadas.

A marca circulando

AS FEIRAS.

A Marcia levou as joias de cerâmica dela a feiras de Curitiba a Goiânia — e aprendeu o que ninguém conta: às vezes a feira, naquele dia, vende pouco. A colheita vem depois, em pedidos que chegam meses ou anos mais tarde.

Por isso a orientação dela é direta: **faça todas as que conseguir fazer.**



O seu nome na prateleira

Lojas colaborativas e físicas.

Você aluga um pequeno espaço e expõe junto de outros produtores. Antes de fechar, avalie: **localização, movimento e perfil de quem entra** — há taxa e comissão, e a conta precisa fechar.

E um endereço dessa família vende mais do que parece: o salão de beleza. A mulher vai se arrumar e sai com o brinco novo. A irmã da Marcia tem 3 lojas — as 3 dentro de salões de beleza.

ESTE MATERIAL É PARTE INTEGRANTE DA

IMERSÃO JOIA DE ATLÂNTIDA

por Marcia Campetti