

**UNDER  
LABZ**

# MANUAL DO LOJISTA UNDER LABZ:

COMO RECONHECER  
AS DORES DO CLIENTE  
E TRANSFORMAR  
VENDAS EM SUCESSO



# SUMÁRIO

**3 BEM-VINDO AO CAOS:** POR QUE VENDER SUPLEMENTOS E POR QUE A **UNDER LABZ** É DIFERENTE?

**8 RECONHECER AS DORES DO CLIENTE E DO NEGÓCIO:** O PAPEL DO LOJISTA DE SUPLEMENTOS

**14 COMO POTENCIALIZAR AS VENDAS**

**25 POR DENTRO DO CONTROLE DE ESTOQUE E GESTÃO**

**28 COMO NÃO PERDER PRODUTO, DINHEIRO E SANIDADE**

**34 FERRAMENTAS BÁSICAS DE CONTROLE**

**38 PREVISÃO DE DEMANDA E REPOSIÇÃO:** ANTECIPE O CAOS

**42 A ARTE DE COLOCAR O PRODUTO NA ESTANTE VIRTUAL:** MARKETING E REDES SOCIAIS

**46 DICAS RÁPIDAS DE CONTEÚDO QUE CONVERTE:** ESTRATÉGIAS B2B PARA INSTAGRAM, TIKTOK E WHATSAPP

**51 RELACIONAMENTO COM O CLIENTE:** UPSELL E FIDELIZAÇÃO

**55 ERROS QUE QUEBRAM NEGÓCIO**

**58 COMO VIRAR REFERÊNCIA EM VENDAS UNDER LABZ**

**61 O FIM É O SEU COMEÇO:** ESCALANDO SUAS VENDAS





## INTRODUÇÃO

### **BEM-VINDO AO CAOS:** POR QUE VENDER SUPLEMENTOS E POR QUE A **UNDER LABZ** É DIFERENTE?

Se você está aqui, você escolheu fazer parte da **família do CAOS, da Under Labz**, em que vender não é só transação, mas um caos organizado com muita estratégia e adrenalina pura.

E o cenário para a venda de Under Labz é **superpositivo**. Afinal, o mercado de suplementos alimentares no Brasil e no mundo está em uma potência inacreditável.

Isso porque, cada vez mais, as pessoas buscam por **bem-estar, performance e resultado**. E o mercado tem sentido essa mudança de comportamento.





Segundo o [Relatório Setorial Your Market – Mercado de Suplementos Alimentares](#), produzido pela Yourside, braço de M&A da Arton Advisors, esse **setor está expandindo significativamente**.

**População idosa em expansão** e buscando envelhecer melhor

Transição de **produtos farmacêuticos** para **nutracêuticos**

Foco na **saúde preventiva** e **longevidade**

Crescente do **mundo fitness** e de **alternativas saudáveis**

Busca por **nutrição personalizada**



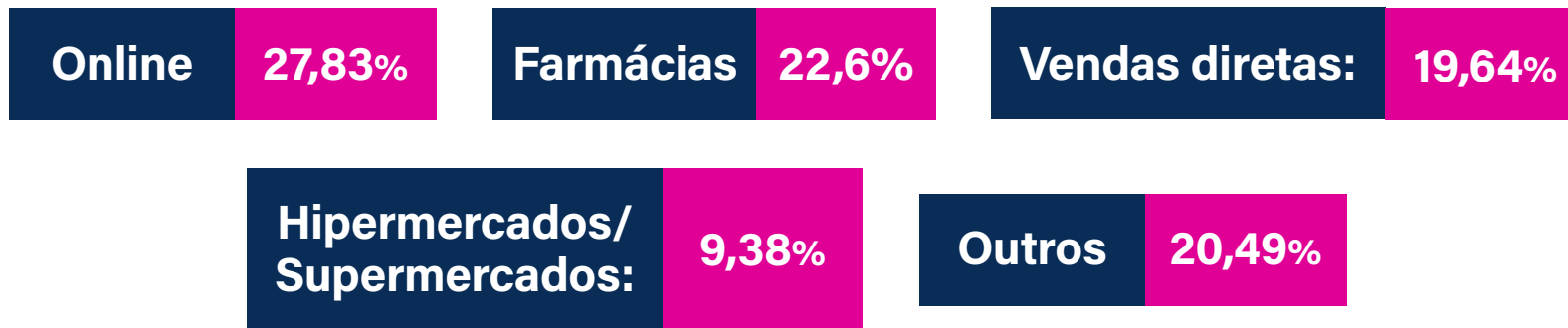




### Canais de venda: onde você entra em cena

Você pode vender online, em academias, em farmácias ou até em grandes supermercados.

**Mas fique esperto:** nem todo canal é igual. O estudo da Yourside aponta a participação na receita por canal:



**Online continua em alta,** mas se você quer ganhar escala e credibilidade, sua presença física importa, seja em academias ou pontos de venda estratégicos.



### O brasileiro e o caos da suplementação

Ano novo, planos novos, dietinha pra recuperar o ritmo, app da academia pra competir com o amigo que treina mais... e os **suplementos** entram nesse contexto como aliados.

Proteínas, creatina, glutamina, aminoácidos tomaram a mente e o corpo dos brasileiros.

Segundo dados da ABIAD, em 2024, o consumo de vitaminas cresceu **9,3%** e os concentrados de proteínas avançaram cerca de **3%** em relação a 2023.

Esse é o terreno fértil que você vai dominar como **revendedor Under Labz**, seja online, em academias ou em lojas físicas de suplemento.

### Por que a Under Labz é diferente?

Com a **família do CAOS**, não tem mimimi, promessa vazia ou produto genérico. Se você vai vender Under Labz, precisa saber que isso é outra categoria:



**Matéria-prima importada, de primeira qualidade:** só o que há de melhor chega à sua prateleira;



**Fórmulas exclusivas que dão RESULTADO:** não é suposição, é ciência aplicada. Cada suplemento foi desenvolvido para entregar performance;



**Ciência em primeiro lugar:** nossa base é estudo, pesquisa e comprovação. Tudo que fazemos tem respaldo científico.





**Isso significa que você não está apenas vendendo suplemento:** você está vendendo confiança, performance e resultado.

Seu cliente sente diferença, vê resultado e volta pedindo mais. E isso faz toda a diferença para você, revendedor, seja online, em academia ou em lojas de suplemento.

### **Mas que tal potencializar seus resultados?**

Vender suplementos não é apenas colocar produtos na prateleira. É compreender que, por trás de cada cliente, existe uma necessidade específica, uma dificuldade e até uma frustração. Essas necessidades são as chamadas **“dores do cliente”**.

Pode ser o aluno de academia que treina há meses sem ver evolução. Pode ser a pessoa que tenta emagrecer, mas não encontra bons

termogênicos. Pode ser o idoso que busca qualidade de vida e saúde preventiva.

Em todos esses casos, o papel do lojista é ir além de oferecer um pote de whey ou um pré-treino, mas entender qual dor o cliente quer resolver e apresentar a melhor solução para ele.

Pensando em te ajudar a vender mais e criar essa relação com os clientes, a **Under Labz** preparou esse manual com dicas que vão desde organização estoque, passando por diferenciais dos nossos suplementos até posicionamento nas redes sociais.

**Bora entrar pra família do CAOS com o pé direito?**  
Então vem com a gente!





## O PAPEL DO LOJISTA DE SUPLEMENTOS

8

### RECONHECER AS DORES DO CLIENTE E DO NEGÓCIO: O PAPEL DO LOJISTA DE SUPLEMENTOS

Se você acha que vender suplemento é só encher prateleira e torcer para alguém comprar, pode começar a mudar a mentalidade.

Ao longo desse capítulo, vamos te mostrar que existe uma estratégia para cada um dos processos da loja e que **reconhecer as dores do seu cliente** é o primeiro passo para dominar o mercado.

Afinal, este é o principal segredo:  
**quem entende seu cliente,  
sobrevive - e cresce!**







### O que o lojista enfrenta todo dia:

Necessidade de **fidelizar consumidores** sem depender só de desconto

Competição com outras **lojas e marketplaces.**

Estoque que **some** antes do esperado ou **produtos encalhados;**

Clientes que chegam **sem saber** exatamente o que querem

Para se destacar, a **fidelização** é a grande chave.

Você **não precisa reinventar a roda**, mas precisa estruturar sua loja para **recompensar** quem compra com você, gerar recorrência e tornar cada cliente especial: um **cartãozinho**, uma **barrinha de proteína de brinde**, uma **amostra grátis...** e por aí vai!





## O PAPEL DO LOJISTA DE SUPLEMENTOS

10

A **Harvard Business Review** (HBR) aponta que conquistar um novo cliente pode custar de **5 a 25 vezes** mais do que manter um cliente atual, dependendo do setor e do grau de investimento necessário para a aquisição.

Ou seja, a fidelização impacta diretamente nas finanças do seu negócio. Então não dá para não reconhecer a dor do seu cliente, né?

### Posicionamento estratégico do produto

Não basta ter produto de qualidade, é preciso saber onde e como ele aparece na loja:



**Ilha frontal** para produtos que você quer vender;



Produtos de baixo valor **próximos ao caixa** para aumentar o ticket médio;



**Treinar o funcionário** para apresentar os diferenciais do seu catálogo, como o **Whey da Under Labz**, com **coenzima Q10**.







Lembre-se de que o **lojista é o protagonista**.  
Você não é um mero vendedor, é estrategista, gestor e comunicador.

No cenário de vendas, **não podemos esquecer que:**

**Precificação e margem** importam

**Gestão de estoque e contas** evita prejuízo

**Atendimento e experiência do cliente**  
definem quem volta

Criar **conteúdo nas redes sociais**  
gera **engajamento e vendas**

O cliente está cada vez **mais consciente e exigente**.  
Se você se posicionar como referência na sua região, pode ser um dos poucos  
a oferecer **produtos de alta qualidade** com **rentabilidade real**.





E qual mentalidade que você precisa adotar?  
Entre os **mandamentos para o vendedor**, destacam-se:

Mandamento	O que significa na prática
<b>Busca com afinco por resultado</b>	Monitorar métricas, exigir feedback, ajustar rápido. Não esperar “amanhã”;
<b>Não ter medo de estar visível</b>	Posts, vídeos, lives, stories: mostrar produto, mostrar uso, mostrar resultado;
<b>Dar valor desde o primeiro contato</b>	Atendimento, embalagem, instrução, confiabilidade: tudo isso conta;
<b>Focar em reputação junto ao cliente</b>	O cliente que volta vale 10. Ter em mente que fidelização é lucro invisível;
<b>Aprender sempre</b>	Nova fórmula, novo concorrente, nova rede social, novo algoritmo. Afinal, quem estagnar apanha do mercado.





## O PAPEL DO LOJISTA DE SUPLEMENTOS

13

### Dores que você vai sentir e como usar isso a seu favor

É claro que você vai encontrar cargas pesadas no meio do caminho, mas com progressão, você chega lá. Algumas das dores mais comuns incluem:



**Falta de retorno imediato**, porque as pessoas querem ver resultado de ontem.



Por isso, use **prova social**, **depoimentos**, que são, inclusive, um destaque da **Under Labz**;



**Estoque parado, margem apertada**, concorrência em **guerra por preço**;



Dificuldade em **dominar as vendas**;



Falta de um **bom posicionamento** nas **redes sociais**.





### COMO POTENCIALIZAR AS VENDAS

Você já sentiu aquela frustração de olhar para a **gôndola cheia** e perceber que, por mais que o produto seja um enorme diferencial, **ninguém compra?**

Mas boa parte disso vem de **falta de confiança**: do **cliente no produto**, no **vendedor** e até na **sua própria loja**.

O papel do lojista de suplementos é ser o elo que conecta **qualidade e resultado**. Se o cliente **não confiar em você**, nem o whey mais diferenciado do mercado vai se vender sozinho.





### O que gera confiança?

Produto que entrega resultado

A **Under Labz** não é só mais uma marca. É matéria-prima importada combinada a fórmulas exclusivas e a ciência em primeiro lugar. **Mas o cliente precisa saber disso!**

Por isso, demonstre. O consumidor **precisa entender esse diferencial** antes mesmo de abrir o pote.

Por exemplo, explique por que o **Captain Gainer** tem composição única, com blend premium de proteínas e carboidratos de qualidade e com a tecnologia exclusiva **Muscle Matrix®**, matriz inteligente para ganho de massa muscular, além de ter **FIBREGUM™**, que facilita a absorção dos nutrientes de quem usa!

### Conhecimento do produto



**Treine sua equipe** (ou você mesmo) para responder perguntas, apresentar benefícios e evitar “achismos”;



O cliente quer alguém que **saiba do que está falando**, especialmente quando se trata de saúde e performance.

### Experiência do cliente

Fidelização é mais do que brindes: é mostrar atenção, acompanhamento e personalização, principalmente no pós-venda.

Pequenos gestos, como uma cesta de amostras, um cartão de pontos ou indicação do suplemento certo, constroem relacionamento e confiança.





### Autoridade da marca

Use o histórico da **Under Labz** a seu favor: fórmulas exclusivas (**Muscle Matrix®**, **Burn Matrix®** e por aí vai...), ciência e um time que garante que cada produto cumpre o que promete.

A **Under Labz** já conquistou reconhecimento internacional, e é frequentemente mencionada em mídias especializadas do setor ao redor do mundo.

Na **Stack3D**, uma das principais referências globais em suplementos e nutrição esportiva, aparecemos em diversas matérias de destaque que evidenciam nossa inovação, identidade e qualidade dos produtos.

Por exemplo, no artigo [Introducing Brazil's Bright, Colorful and Edgy Supplement Brand Under Labz](#), a revista elogia nosso estilo ousado, presença de produto marcante e inovação nas fórmulas.

### Dicas práticas para ganhar confiança do cliente

Tenha sempre uma **amostra ou degustação** disponível

Coloque **produtos estratégicos** em destaque na gôndola e no caixa

Mostre **números, dados de eficácia e resultados**, sem inventar nada

Faça **follow-up**: cliente que compra, volta. Cliente que volta, **compra mais**



### Exemplos de abordagem de venda assertiva

#### 1. Venda consultiva

**Como funciona:** Em vez de só perguntar “Quer whey?”, o vendedor identifica o objetivo do cliente, perguntando o que ele está buscando.

#### Exemplo:

**Cliente:** “Quero ganhar massa muscular. Faz tempo que estou buscando um shape maior e não consigo.”

**Vendedor:** “Bom, para isso, o **Captain Gainer** da **Under Labz** pode ser exatamente o que você precisa. Ele combina proteínas e carboidratos de alta absorção, ajudando no ganho de massa de forma eficiente e consistente. Além disso, traz a fórmula exclusiva

**Muscle Matrix®** e fibras **Fibregum™**, que otimizam a absorção dos nutrientes.

Ah, e você precisa aumentar a intensidade do seu treino. Mas como o **Captain Gainer** já contém creatina, você pode apostar em um pré-treino para aumentar a intensidade dos treinos e potencializar os resultados.

Quer que eu te mostre uma boa opção pra combinar com o **Captain Gainer**?”

Assim, o cliente percebe que você entende o problema dele e oferece uma solução, não só um produto.





## 2. Cross-selling inteligente

**Como funciona:** Aproveite a oportunidade de aumentar o ticket médio sugerindo produtos complementares.

### Exemplo:

**Cliente:** "Mesmo com o whey, ainda sinto falta de energia na hora de treinar pesado".

**Vendedor:** "O whey é ótimo mesmo e precisa fazer parte da rotina. Mas o que você tem usado de pré-treino? Recomendo o **Fckng Booster**. Ele é ultraestimulante, potencializa a performance, te dá mais energia e ajuda você a melhorar seus resultados."

O cliente sente que você está agregando valor, não tentando vender mais por vender.







## POTENCIALIZE SUAS VENDAS

### Exemplos de abordagem de venda assertiva

#### 3. Uso de provas sociais

**Como funciona:** Mostre que outras pessoas ou profissionais confiam no produto.

##### Exemplo:

**Cliente:** "Quero perder peso, mas não consigo".

**Vendedor:** "Muitos clientes que usam o **Dimethylex**, termogênico exclusivo da Under Labz. Com a fórmula exclusiva **BURN MATRIX®**, você perde gordura com a única composição 4 em 1 do Brasil, desenvolvida para agir diretamente nos maiores obstáculos do emagrecimento: ela potencializa a queima de gordura, ajuda a eliminar a retenção de



19

E você mostra um pouco do que **quem já consome diz sobre o produto**. Isso **reduz a insegurança** do cliente, aumentando **confiança e credibilidade**.

líquidos, controla a fome e ainda acelera o metabolismo, garantindo resultados mais completos e eficazes. Vamos ver o que quem usa diz sobre?"



## POTENCIALIZE SUAS VENDAS

20

Um exemplo é a história do cliente **Tiago**, que você pode [acessar aqui](#). Com o apoio do **DIMETHYLEX**, ele eliminou **13 kg** em apenas **30 dias**, graças à exclusiva **Burn Matrix®**, nossa matriz de emagrecimento desenvolvida para acelerar o metabolismo, queimar gordura, eliminar retenção de líquidos e controlar o apetite.

Os resultados de **pessoas reais**, como o do **Tiago**, mostram que quem já consome o produto **tem boas experiências e indica!**





## Exemplos de abordagem de venda assertiva

### 4. Demonstração rápida do benefício

**Como funciona:** Mostra rapidamente o diferencial do produto.

#### Exemplo:

**“Olha esse scoop de creatina e veja como ela dissolve fácil”.**

Com isso, é possível **fazer o cliente perceber valor**, tornando a compra mais racional.







### Exemplos de abordagem de venda assertiva

#### 5. Fidelização desde a primeira venda

**Como funciona:** Usa pequenas ações para criar vínculo.

#### Exemplo:

**“Toda vez que você comprar com a gente, vai ganhar um cartãozinho digital com pontos. A cada 10 compras, você ganha uma coqueteleira ou 20% de desconto na compra.”**

Assim, você transforma o cliente em recorrente, aumenta a receita e gera confiança.



## Dicas rápidas de abordagem (para qualquer produto)

### Foque no resultado, ok?

Mostre e reforce que a **Under Labz** é a resposta para quem procura o que funciona e o que dá resultado e resultado rápido.

Além disso, **traga exemplos comparativos**. Por exemplo, você pode destacar o diferencial do nosso **pré-treino Warzone Rocket Energy**, mostrando como sua composição e desempenho se destacam em relação a produtos similares de outras marcas.

Da mesma forma, é possível comparar a formulação do **Dimethylex** com a de outros termogênicos disponíveis no mercado, evidenciando **os ingredientes, a tecnologia envolvida e os resultados que tornam o produto único**.

Essas comparações **ajudam o cliente a visualizar, na prática, os benefícios reais** das nossas fórmulas e a entender o que faz da **Under Labz** uma referência em performance e inovação.



Mostre o diferencial da **Under Labz** a todo momento. Fale sempre que possível: **“Matéria-prima importada, fórmula exclusiva, ciência em primeiro lugar.”**

Outra estratégia eficiente para impulsionar as vendas é a **criação de combos inteligentes**. Ao combinar produtos complementares, como uma proteína com uma creatina ou um termogênico, você aumenta não apenas o ticket médio, mas também a **rentabilidade por venda**.

### **Use a autoridade da marca.**

Transforme objeção em argumento. Se o cliente ficar em dúvida porque “é caro”, utilize os **depoimentos reais** para mostrar que os suplementos dão resultados ou oferece degustação. Novamente, pegue os produtos nas prateleiras e compare - **isso faz a diferença!**

No site oficial, que você [acessa aqui](#), é possível encontrar os comentários dos produtos nas respectivas de cada um.





### POR DENTRO DO CONTROLE DE ESTOQUE E GESTÃO

Se você acha que vender é só empilhar produtos e esperar o cliente aparecer, é hora de mudar a **MENTALIDADE**.

Sem estoque controlado, sem gestão mínima, você vai perder **produto, dinheiro e sanidade**. E acredite, isso acontece muito mais rápido do que você imagina.

Cada pote de Whey, cada creatina ou cada hipercalórico que fica na prateleira sem vender é **lucro que você perdeu**.

Por isso, controle mínimo é obrigatório. Saber o que tem, quanto tem, e quando precisa repor salva o negócio de dor de cabeça futura.

Com isso, você precisa saber o que está vendendo mais, o que encalha e o que precisa de ação de marketing.

**Produto parado = dinheiro parado**





**Começando do zero:**  
organize antes de vender

**Previsão de demanda:**  
segredo dos vendedores insanos

### Algumas boas práticas para iniciar são:



**Faça um inventário inicial:** liste todos os produtos, quantidades e datas de validade;



**Divida por categoria:** Whey, hipercalóricos, creatina, pré-treino, termogênicos, acessórios. Facilita visualizar o giro de cada linha;



**Use planilhas ou apps simples:** Google Sheets, Excel ou apps de estoque gratuito ajudam muito no começo. Não complique, mas registre tudo;



**Estabeleça ponto de reposição:** saiba quando é hora de pedir mais produto antes de zerar.



**Não ignore os dados e analise vendas anteriores:** quais produtos giram mais rápido? Se, na sua loja, Whey e FCKNG BOOSTER costumam ser os campeões, por exemplo, aposte em estoques maiores deles;



**Observe sazonalidade:** início do ano, verão e período de volta às academias aumentam a procura;



**Monte pedidos inteligentes:** nem pouco, nem exagerado. O equilíbrio evita capital parado e falta de produto.



### Mas isso não adianta se você não tiver um controle financeiro! Como fazer isso?

**Registre cada entrada e saída de produto:**  
quanto custou, quanto vendeu, lucro bruto;

**Evite misturar contas pessoais com negócios.** Mesmo começando pequeno, trate como empresa;

**Margem mínima por produto:**  
defina quanto precisa ganhar para o negócio ser sustentável.



Não se perca no dia a dia.



Faça inventário semanal, não só mensal.



Crie uma rotina que inclua revisar estoque, atualizar planilhas e checar pedidos de reposição.



Treine colaboradores (mesmo que seja você e um ajudante) para seguir padrões.



Se você já domina o estoque, consegue focar em vender e criar valor. Produtos organizados dão segurança, permitem upsell (aumentar o valor de venda) e mostram que seu negócio é sério. Sem isso, qualquer sucesso é frágil.





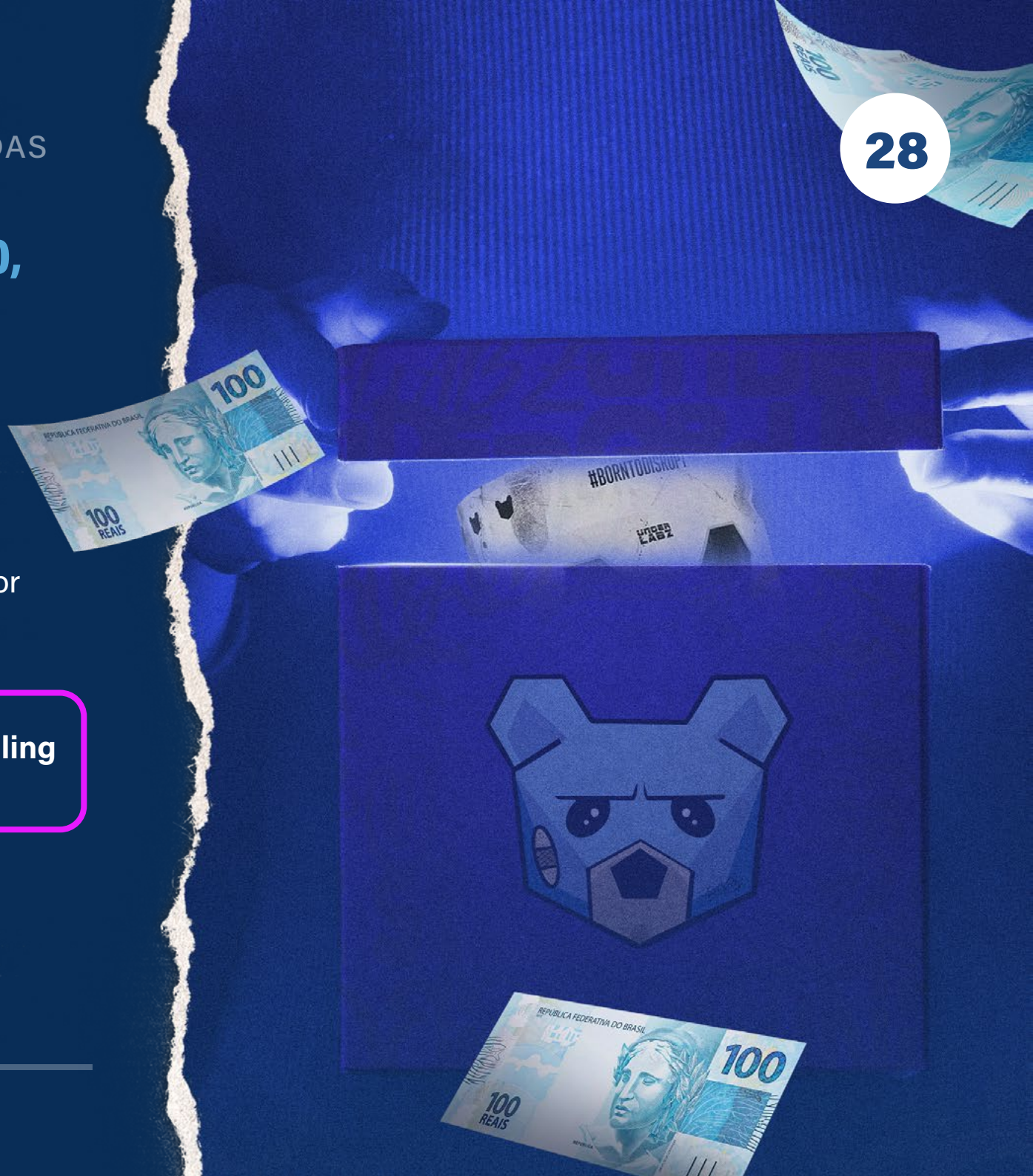
## COMO NÃO PERDER PRODUTO, DINHEIRO E SANIDADE

Você pode ter o melhor produto do mundo, mas se ele estiver mal posicionado, ninguém vai ver. **E se ninguém vê, ninguém compra.**

É aqui que a mente insana do vendedor **Under Labz** entra em ação:

**exposição estratégica + cross-selling  
= venda máxima.**

Vamos para dicas práticas?





### **Altura dos olhos:**

produtos campeões como Whey, FCKNG BOOSTER, Dimethylex e Creatina devem estar na linha de visão do cliente. Se estiver no chão ou no alto, esquece, ninguém pega;

### **Agrupe por objetivo:**

“Hipercalórico + Whey + Coqueteleira” ou “Pré-treino + Creatina”.  
O cérebro do cliente adora stack completo;

### **Destaque cores e embalagens:**

Under Labz tem embalagens chamativas, use isso a favor.  
Quanto mais visual, mais impacto;

### **Testes e degustação:**

se for possível (academias, eventos, lojas), permita que o cliente sinta o produto. Experiência gera confiança.



**Cross-Selling:** segredo para aumentar o ticket médio

**Venda combinada:** cliente compra Whey?

**Pergunte:** "Quer levar a coqueteleira pra facilitar os shakes?"

**Pacotes estratégicos:** kits "Treino Insano" (Whey + FCKNG BOOSTER + Creatina),  
"Shape slim" (Whey + Termogênico) ou "Ganho de Massa Total"  
(CAPTAIN GAINER + Whey + Coqueteleira).

**Sugira pelo benefício, não pelo produto:**

"Com essa combinação, você recupera, cresce e treina mais pesado."







### Organização da prateleira

Como vimos, os produtos **mais vendidos** devem estar na frente, nicho atrás. Destaque o que gira rápido, mas **não esqueça do produto de nicho**; ele pode virar estrela quando indicado no momento certo - e é aí que está a sua função como vendedor insano, saber indicar.

Faça um **agrupamento por linha ou função do suplemento**: Whey juntos, hipercalóricos juntos, pré-treinos juntos. Isso facilita a decisão de compra.

Por fim, lembre-se de **manter os preços visíveis**. Afinal, o cliente quer ver valor e saber que está fazendo um bom investimento.





### Marketing integrado à loja física ou digital

**Sinalização visual:** banners, cartazes ou posts chamativos mostrando combos ou benefícios.

**Redes sociais sincronizadas com estoque:** nada de postar promoção de produto que você não tem disponível. Isso destrói credibilidade.

**Histórias e provas sociais:** clientes treinando, resultados antes e depois, depoimentos reais. **Isso vende mais que qualquer desconto.**





### Checklist final

- Não coloque produto **aleatoriamente**;
- O item na prateleira deve ter **função estratégica**;
- Faça **combos inteligentes**;
- Tenha **kits** que façam sentido para o **objetivo do cliente**: ganhar massa, perder gordura, aumentar energia;
- **Atualize a disposição** conforme giro e sazonalidade;
- **Treine sua equipe** para vender stack.







### FERRAMENTAS BÁSICAS DE CONTROLE

Como vimos nos capítulos anteriores, se não tiver **controle total** do que entra e do que sai, vai dar ruim.

Mas, com ferramentas básicas bem aplicadas, você transforma caos em estratégia, protege seu lucro e foca no que importa: vender mais e melhor com uma parceira que valoriza jogo de estratégia.

Ter o produto certo, exposto da forma correta, só funciona se você tiver controle absoluto do que entra, do que sai e do que precisa repor. Com a Under Labz, o caos vira organizado.

Por essa razão, algumas ferramentas para você utilizar no dia a dia são:





**Inventário:** saiba exatamente o que tem



**Planilha básica é suficiente:**

Google Sheets ou Excel funcionam perfeitamente para começar;



**Campos essenciais:** produto, quantidade, data de entrada, validade, preço de custo, preço de venda, fornecedor;



**Dica:** atualize diariamente ou semanalmente.

**Controle financeiro simplificado**



**Registro de vendas:** manual ou sistema simples. Anote cada venda para monitorar faturamento e margem.



**Cálculo de lucro bruto:** preço de venda - custo do produto. Sem isso, você não sabe se está ganhando ou perdendo;



**Fluxo de caixa:** entradas, saídas, pagamento de fornecedores e pedidos futuros. Visualize o que sobra no final do mês.



### Apps e sistemas que ajudam



**Google Sheets + templates prontos:** para estoque, vendas e planilhas de pedido de reposição.

Ou aplicativos de gestão gratuitos que são low cost:

- **Trello ou Asana:** organização de tarefas e pedidos;
- **Hubspot CRM ou Pipedrive:** controle de clientes, histórico de vendas e follow-up;
- **Apps de estoque simples:** Sortly, Stock Control ou outros que permitam controle visual de produtos.







### Previsão de demanda e reposição



#### **Monitore o giro de cada produto:**

Whey, Pré-Treinos e Creatina normalmente giram mais rápido;



**Estabeleça ponto mínimo de estoque para cada item.** Quando chegar lá, faça reposição automática;



**Use histórico de vendas e sazonalidade para antecipar picos:** início de ano, verão, volta às academias.

### Checklists para não perder o controle



**Entrada de produtos:** conferir quantidade, validade, qualidade e registro na planilha;



**Saída de produtos:** atualizar estoque e registrar venda;



**Controle financeiro:** revisar receitas e despesas semanalmente;



**Reposição:** acompanhar pontos mínimos e pedir antes de zerar.



## DEMANDA E REPOSIÇÃO

38

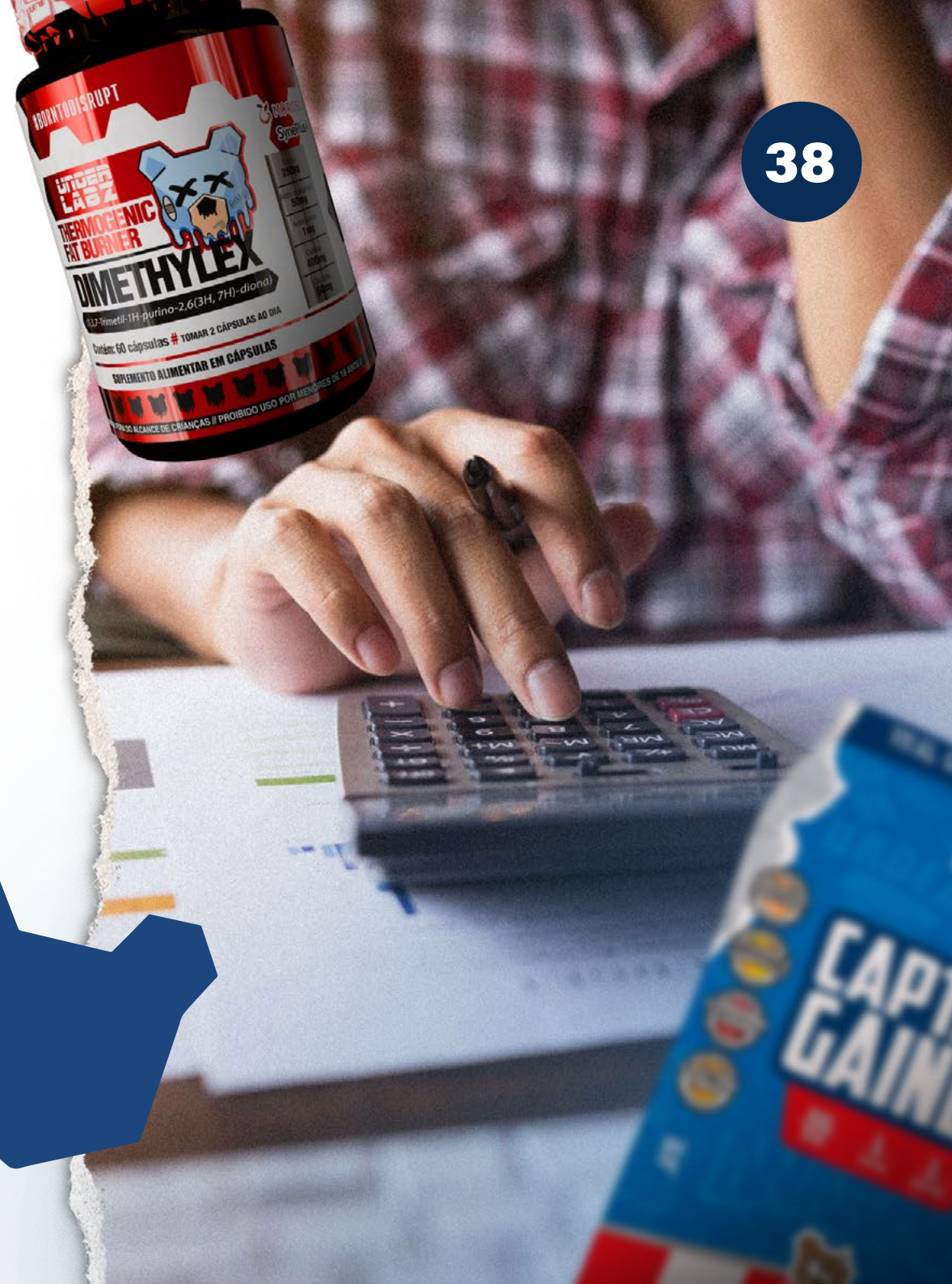
### PREVISÃO DE DEMANDA E REPOSIÇÃO: ANTECIPE O CAOS

Se você acha que comprar produto “quando acabar” é suficiente, vimos que isso não funciona. Isso é receita certa para perder vendas, clientes e credibilidade.

Vendedor insano antecipa, planeja e controla o estoque como se fosse ciência.

Tudo bem, a gente sabe que precisa prever. Mas, afinal, como calcular essa previsão?

**Para isso, siga as ações práticas:**





### **Média de vendas:**

some as vendas dos últimos meses e divida pelo período

### **Ajuste por tendência:**

crescimento ou queda do segmento, promoções e eventos especiais

### **Defina ponto de reposição:**

estoque mínimo que aciona pedido automático

### **Lead time do fornecedor:**

quanto tempo leva para repor o produto? Inclua isso no cálculo para nunca zerar.







## DEMANDA E REPOSIÇÃO

40

### Vamos a um exemplo prático?



**Whey:** média de 50 potes/mês;



**Tempo total entre o pedido e a entrega da Under Labz:** 5 dias;



**Ponto de reposição:** 15-20 potes → ideal fazer pedido quando restarem 20 unidades.

### Reposição estratégica

**Peça antes de acabar:** nunca espere estoque zerar. Isso é regra básica

**Evite excesso:** produto parado = dinheiro parado + risco de validade

**Aposte em combos e kits:** facilite a venda cruzada e aumente o giro do estoque







### Ferramentas para prever e controlar

Utilize as dicas do capítulo **“Ferramentas básicas de controle”**. Lembre-se de que softwares simples, como Sortly, Tiny ou ERP básico ajudam a automatizar alertas de estoque baixo.

**Gráficos visuais também ajudam a antecipar tendências de venda e planejar compras.**

Para uma boa previsão:



**Monitore o estoque todo dia ou toda semana, dependendo do volume de vendas;**



**Ajuste pedidos de acordo com promoções e campanhas;**



**Use a previsão como estratégia de marketing: “temos estoque limitado” cria urgência e aumenta conversão;**



**Não dependa de sorte.**





### A ARTE DE COLOCAR O PRODUTO NA ESTANTE VIRTUAL: MARKETING E REDES SOCIAIS

Antes da gente ir para a prática, é importante destacar que loja que não está nas redes sociais, também perde venda.

Uma pesquisa do Sebrae mostrou que **7 em cada 10** pequenos negócios já têm **perfis nas redes sociais**

**Instagram** é a plataforma favorita: **64% dos empreendedores** que usam **redes sociais** estão lá

**Vendas digitais** respondem por mais de **40% do faturamento** desses pequenos negócios.





### Isso quer dizer:

não ter presença digital é sinônimo de ficar pra trás. Rede social não é mais luxo, é onde tem resultado. E se tem resultado, tem Under Labz.

A “estante” virtual não tem limites. Por isso, quem não domina **marketing digital**, fica invisível. Nas redes sociais, é onde é possível **transformar curtidas em vendas** e seguidores em clientes fiéis.

### Posicionando seus produtos online

#### Como fazer divulgações mais certeiras?

Em primeiro lugar, mantenha uma **frequência de publicações**.

Aposte em **divulgar diariamente, não apenas quando há desconto**. É possível publicar

conteúdos informativos que vão além da apresentação dos produtos, como oferecer uma vez por semana, uma receita para Whey.

**Fotos e vídeos** fazem a diferença. Por isso, mostre o produto em uso, resultados, treinos, lifestyle. Conte histórias, não só números.





### Estratégias de marketing para redes sociais



#### Instagram

- **Feed:** fotos de produtos + resultados (cliente gostou e se surpreendeu? Poste);
- **Stories/Reels:** bastidores, treino, preparo do shake, depoimentos;
- **Aposte em hashtags** que estejam intimamente relacionadas com o produto ou tema da postagem.



#### TikTok

- **Conteúdo dinâmico e divertido:** treinos, desafios, combinações de suplementos;
  - **Mostre o resultado rápido:** "Antes e Depois" + dicas de consumo;
  - **Música, ritmo e humor** são essenciais para engajamento.
-





### WhatsApp

Crie listas de transmissão para enviar promoções, lançamentos e kits exclusivos; Atendimento rápido e personalizado: faça o cliente sentir que ele tem prioridade;

Utilize mensagens curtas, diretas e com chamadas para ação: "Garanta seu Whey hoje e leve 10% de desconto na coqueteleira. Oferta válida somente hoje".

Ao criar um senso de urgência e escassez, por exemplo, destacando descontos por tempo limitado ou estoque reduzido, você incentiva o cliente a tomar ação imediata, aumentando conversões e vendas, enquanto reforça o valor do produto e a exclusividade da oferta.

### Dicas gerais para as redes sociais

- **Sugira combos nos posts e stories:** Whey + Coqueteleira ou Whey + Creatina;
- **Faça kits temáticos e mostre o benefício completo:** "Treino + Energia + Recuperação = Performance Total";
- **Utilize provas sociais:** depoimentos, vídeos de clientes usando os produtos, resultados reais;
- **Frequência importa:** poste regularmente e interaja com seguidores;
- **Acompanhe métricas:** engajamento, cliques e conversões. Ajuste o que não funciona.



## DICAS DE CONTEÚDO

### DICAS RÁPIDAS DE CONTEÚDO QUE CONVERTE:

ESTRATÉGIAS DE LOJAS PARA  
INSTAGRAM, TIKTOK E WHATSAPP

Mas como criar conteúdo que faz  
barulho, que conecta, que gera  
desejo e que transforma “curtida”  
em pedido fechado?

**Seguindo as dicas a seguir!**



46





### Para o Instagram

- **Frequência de posts:** de 6 a 7 por semana, mesclando entre feed e storie;
- **Stories com interação:** enquete ("Whey antes ou depois do treino?"), quiz ("Qual suplemento você não vive sem?");
- **Aposte em carrossel educativo:** benefícios da creatina, diferença entre Whey isolado e concentrado, mitos do pré-treino;
- **Prova social:** cliente real usando Under Labz → converte mais que qualquer anúncio;
- **Deixe o WhatsApp da loja na bio e finalize com CTA:** "Acesse o link da bio, chame no WhatsApp agora e garanta o seu."

### Sugestão de conteúdo:

#### Post de bastidor (reels curto)

Mostrar **unboxing da caixa da Under** chegando.

**Legenda:** "Chegou reposição! 📦🔥  
Quem trabalha com Under Labz sabe que estoque nunca fica parado."







### Para o TikTok

- **Frequência de publicação:** 1 vez por semana, a não ser que haja conteúdo de oportunidade (trends e desafios);;
- **Mescle conteúdo educativo + humor:** “3 erros de quem toma Whey” ou “o que acontece quando você esquece a Creatina”;
- **Vídeos de 15–30 segundos:** rápido, visual e com impacto;
- Tente colocar um produto sempre em cena (pote, scoop, coqueteleira).

### Sugestão de conteúdo:

**Vídeo curto com antes e depois**

**Exemplo:** usar **trend de transição**  
→ antes sem suplemento, depois mostrando **Under Labz** na mão.







### Para o WhatsApp

- **Lista de transmissão:** clientes recebem ofertas exclusivas sem precisar de grupo;
- **Atendimento humano rápido:** ninguém gosta de esperar resposta;
- **Conteúdo multimídia:** fotos, vídeos curtos, PDFs com combos.

### Sugestão de conteúdo:

"Ei, você, fã da marca do urso, a **Under Labz**, chegou reposição do **Whey**. Quer que eu reserve o seu **antes de acabar?**"

"**Promoção-relâmpago:** Fckng Booster + Creatina com **15% off** só hoje."





### Regras de ouro do conteúdo que converte

- **Mostre resultado**, não só produto;
- Misture conteúdos **informativos** com **entretenimento**;
- Facilite a vida do cliente, **use CTA sempre**: "Arraste, clique, chama no direct, peça já";
- **Autenticidade** vence perfeição;
- **Consistência manda mais que genialidade**: poste sempre, teste sempre.

Instagram é vitrine

TikTok é atração

WhatsApp é fechamento

Use os três juntos e você transforma sua presença digital em uma máquina de conversão!







## UPSELL E FIDELIZAÇÃO

### RELACIONAMENTO COM O CLIENTE: UPSELL E FIDELIZAÇÃO

Vender é bom, **mas fazer o cliente voltar é ainda melhor.**

O segredo de quem se destaca com a **Under Labz** está em transformar a primeira compra em várias outras, criando uma relação de **confiança** e **resultado**.





### Estratégias de Upsell (aumentar o ticket médio)

#### Ofereça o complemento certo:

Se o cliente leva Creatina, mostre o Whey →

"Esse combo **acelera os resultados e aumenta a performance.**"

#### Monte kits inteligentes:

Sugira **pacotes prontos** (ex.: Whey + Pré-treino).

Além de **facilitar a escolha, aumenta a margem da venda.**

#### Apresente versões premium:

Mostre que investir um pouco mais traz **benefícios maiores** (ex.: trocar um produto básico por uma fórmula **exclusiva Under**).







## Estratégias de Fidelização (fazer o cliente voltar)

### Pós-venda ativo:

Mande mensagem após **10 dias** perguntando como está a experiência. Isso abre espaço para **nova venda**.

### Benefícios para clientes fiéis:

Crie **descontos** progressivos, **brinde** em recompra ou **prioridade** em lançamentos.

### Comunicação constante:

Use WhatsApp e redes sociais para nutrir seus clientes com **dicas de uso, treinos e novidades da Under Labz**.

### Eduque seu público:

Mostre que vender suplemento não é só produto, mas resultado real → quanto mais valor o cliente vê, mais ele volta.



### Exemplo prático:

**Cliente comprou Whey.** Após 20 dias, você entra em contato:

👉 "Fala, **João!** Como está indo o treino? Já está quase na hora de repor o **Whey**, né? Quer que eu separe para você? E que tal aproveitar e levar Creatina junto para **potencializar o resultado?**"

Essa abordagem:

**Demonstra cuidado**

**Cria autoridade**

**Aumenta ticket médio**

**Gera fidelização**





## ERROS QUE QUEBRAM NEGÓCIO

### ERROS QUE QUEBRAM NEGÓCIO

Como vimos ao longo de todo o e-book, se tem algo **pior do que não vender**, é **vender errado e cometer erros imaturos**.

Muita gente que começa com **Under Labz** pode tropeçar em erros básicos que poderiam ser evitados facilmente. Então, vamos te ajudar a ficar atento para **não cometer falhas bobas!**

Confira os **pecados capitais do vendedor amador!**





### Os pecados capitais do vendedor amador:

#### Não conhecer o produto

Se você não sabe explicar a diferença entre um **Whey** e um **Gainer**, já perdeu a venda. **Informação é poder**

#### Comprar estoque errado

Encher prateleira com **produto que não gira** é amarrar dinheiro no armário. **Planeje. Controle. Reponha no ponto certo.** Utilize as ferramentas que indicamos no início desse manual

#### Esquecer do pós-venda

Cliente que compra e nunca mais ouve falar de você, não volta. Relacionamento após a venda é obrigação

#### Vender só por preço

Quem vive de desconto morre falido. Venda valor, não etiqueta





### Os pecados capitais do vendedor amador:

#### Desorganização financeira

Misturar dinheiro da loja com o do bolso = **MAIOR ERRO DE TODOS**. Controle é sobrevivência

#### Ficar parado no tempo

O mercado muda. O cliente muda.  
Quem não se adapta, some.

#### Ignorar redes sociais

Se sua vitrine digital tá morta, sua loja também tá. Instagram, TikTok e WhatsApp são parte do jogo.

Não existe erro pequeno. Cada vacilo rouba dinheiro, confiança e clientes.

Quer ser referência com a Under Labz? Aprenda com quem entende do assunto e não seja o próximo na estatística.





## REFERÊNCIA EM VENDAS UNDER LABZ

### COMO VIRAR REFERÊNCIA EM VENDAS UNDER LABZ

No começo, você aprende. Depois, você vende. Mas só quem dá o próximo passo se torna referência.

Quem vende Under Labz não está no mercado para disputar qualquer coisa. Não está no mercado para fazer mais do mesmo. Está para criar autoridade, virar ponto de confiança e desejo para o cliente.

**Confira os passos para se tornar referência!**

58





### Passos para se tornar referência

#### Domine o produto como um cientista Under Labz

Saber a diferença entre os **pré-treinos** Warzone Day Battle com o Warzone Night Battle **não é opcional**. É o ponto de partida. Mas o que te torna referência é **traduzir isso em linguagem simples**, mostrando resultado e solução para o cliente.



#### Inspire-se com a Under Labz

A **Under Labz** prepara conteúdos completos sobre os produtos. Como o **e-book sobre Creatina** em parceria com o Coach Rubens. Nosso blog, que você pode acessar [clikando aqui](#), também está repleto de informações exclusivas.

Além disso, nas nossas redes sociais, você encontra parceiros e influencers que podem servir de exemplo para o dia a dia do seu Instagram, do seu Tiktok e do seu WhatsApp.





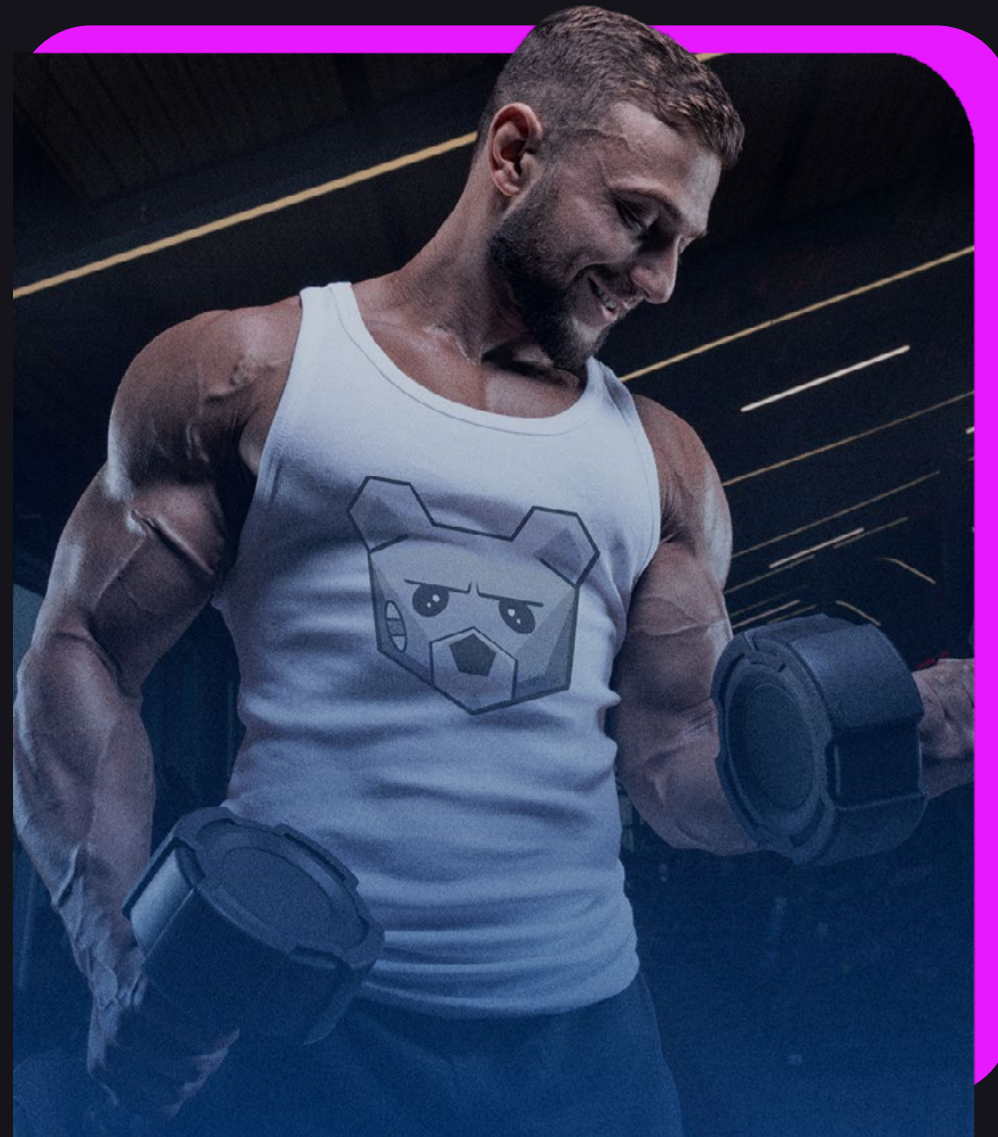
## Passos para se tornar referência

### Parceria duradoura com a Under Labz

Marcas vencedoras **constroem junto com seus representantes**. Ao vestir a camisa Under, você mostra que está alinhado com **qualidade, ciência e resultado**. Isso aumenta seu peso diante do cliente.

Virar referência não é mágica. É **consistência, conhecimento e posicionamento**. Quem é lembrado, é procurado. Quem é procurado, vende mais. Quem vende mais, cresce.

**Bora crescer junto?**







O FIM É SEU COMEÇO

## O FIM É O SEU COMEÇO: ESCALANDO SUAS VENDAS

Chegar até aqui já te **coloca na frente de 90% dos vendedores** que só seguem o fluxo. Mas ler não adianta nada se você não aplicar.

Junte-se à **família do CAOS** para não ser apenas mais uma loja no mercado. Você também não pode se contentar em ser "só mais um vendedor".

O jogo agora é outro:  
crescer, dominar, escalar.

61





Escalar não significa só vender mais. Significa:



**Expandir canais** para onde seu cliente estiver;



**Reinvestir no seu negócio**, já que parte do lucro volta para marketing, estoque e experiência;



**Construir comunidade:** fidelizar não é só repetir compra, é transformar clientes em fãs;



**Buscar dados e otimização:** o que vende mais? Onde você perde cliente? Melhore sempre.

O caos é inevitável. Mas quem aprende a surfar no meio dele conquista o resultado mais RÁPIDO. E esse é só o começo da sua jornada com a Under Labz.

A regra é simples: você tem agora conhecimento, ferramentas e produto de qualidade. A diferença entre quem fica e quem cresce está na execução.

Então **levanta, posta, organiza o estoque, chama cliente, monta vitrine, cria oferta, testa, erra, ajusta e cresce.**

Porque aqui, **o fim é só o seu começo.**





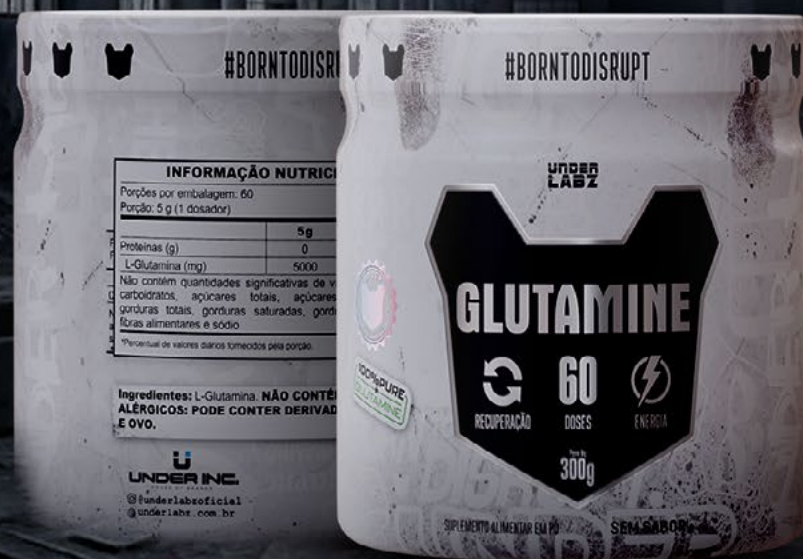
# CREATINE

Essencial para aumentar a força, treinar com mais potência e resultados consistentes.

Confira o guia do produto







# GLUTAMINE

Essencial para acelerar a **recuperação**,  
**proteger sua imunidade** e manter você  
pronto para o **próximo treino**.

Confira o guia do produto





# 100% WHEY CRUSH

Confira o guia do produto





# PROTEIN CRUSH

Confira o guia do produto





Confira o guia do produto



Quando a **nutrição** e o **prazer** se encontram é

MAIS DO QUE BOM, É

# BUENI SSIMO



Zero adição  
de açúcares\*



9g  
Proteínas



Zero  
Glúten





# O HERÓI DOS FRANGOS CHEGOU



Confira o guia do produto





# FCKNG BOOSTER

ECSTASY ENERGY



Confira o guia do produto





# WARZONE

ELITE PRE WORKOUT SERIES

Confira o guia do  
**Warzone Day Battle**



Confira o guia do  
**Warzone Night Battle**



Confira o guia do  
**Warzone Rocket Energy**





# TESTO CYCLE

AUMENTE SUA  
TESTOSTERONA,  
GANHE MAIS  
FORÇA, RESISTÊNCIA,  
LIBIDO E VIRILIDADE.

Confira o guia do produto







# Clembuter

**AUMENTE SUA DOSE,  
ACELERE SUA QUEIMA  
DE GORDURA**

**Confira o guia do produto**





# ACELERE SUA PERDA DE PESO E CONTROLE SUA FOME!

Confira o guia do produto



ACOMPANHA  
SERINGA DE  
DOSAGEM



# DIMETHYLEX

Confira o guia do produto

