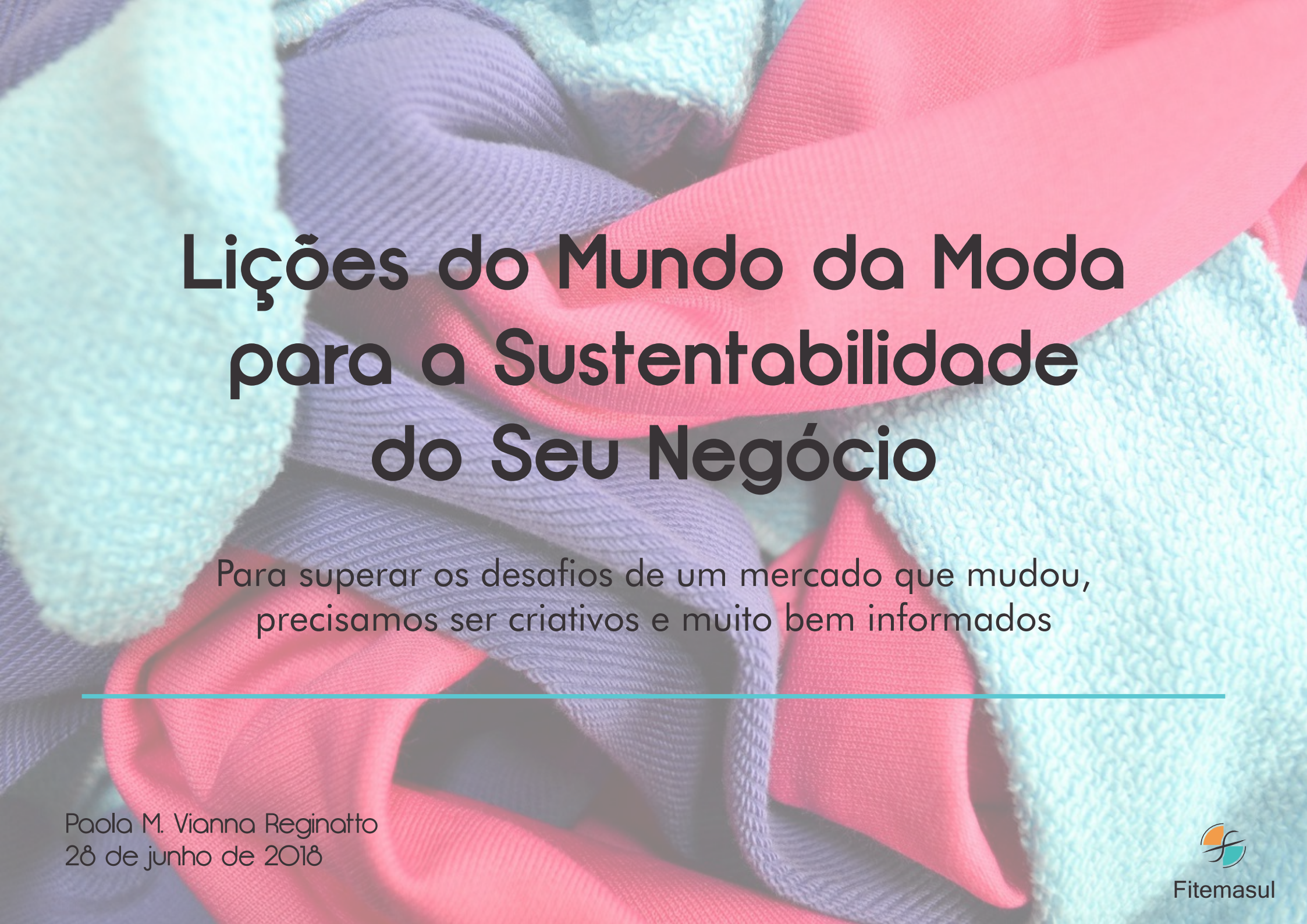


Lições do Mundo da Moda para a Sustentabilidade do Seu Negócio

Para superar os desafios de um mercado que mudou, precisamos ser criativos e muito bem informados

Paola M. Vianna Reginatto
28 de junho de 2018

Fitemasul

No dicionário...

Sustentabilidade;

Substantivo feminino;

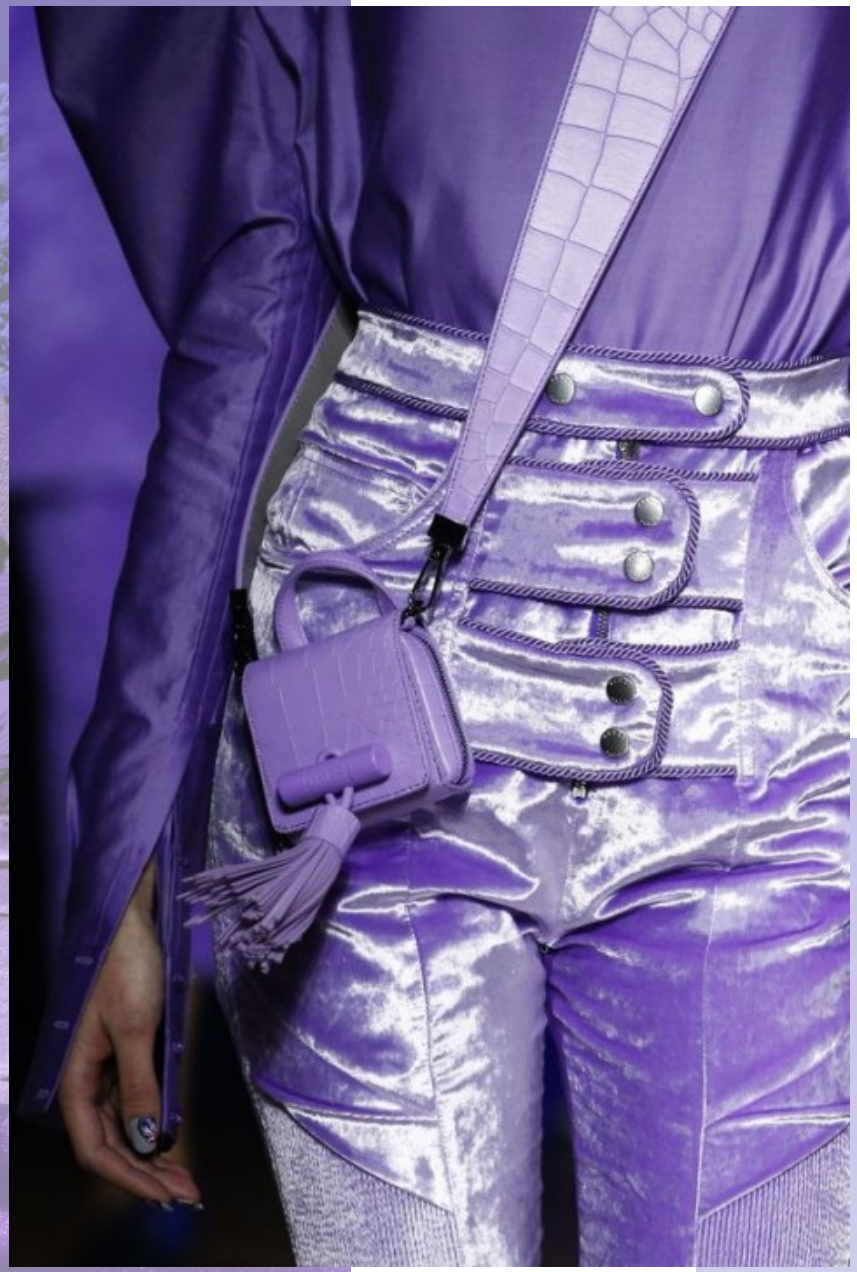
Conceito que, relacionando aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais, busca suprir as necessidades do presente sem afetar as gerações futuras.

No Ritmo da Moda

O mundo da moda costuma ser protagonista em muitas mudanças de hábitos e de consumo

Espírito inovador dos profissionais

Desafio intrínseco ao produto de moda



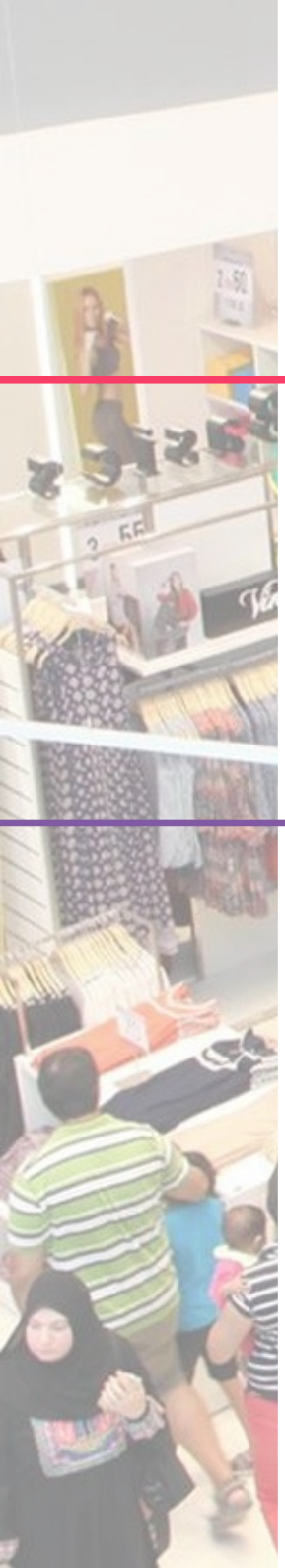
- Produto com vida curta;
- Exigência por novos produtos em intervalos pequenos (2 a 6 meses);
- Desafia a inovação, a criatividade e a agilidade durante 12 meses ao ano;

Boas Lições do Mundo da Moda:

- Design do começo ao fim;
- Antecipe os produtos e serviços que seu cliente desejará;
- Produtos e serviços com identidade;
- Seja local à moda antiga e digital ao mesmo tempo;

É preciso administrar os clientes

- Design do começo ao fim;
- Antecipe os produtos e serviços que seu cliente desejará;



Nossos clientes ‘‘trabalham’’ para nós

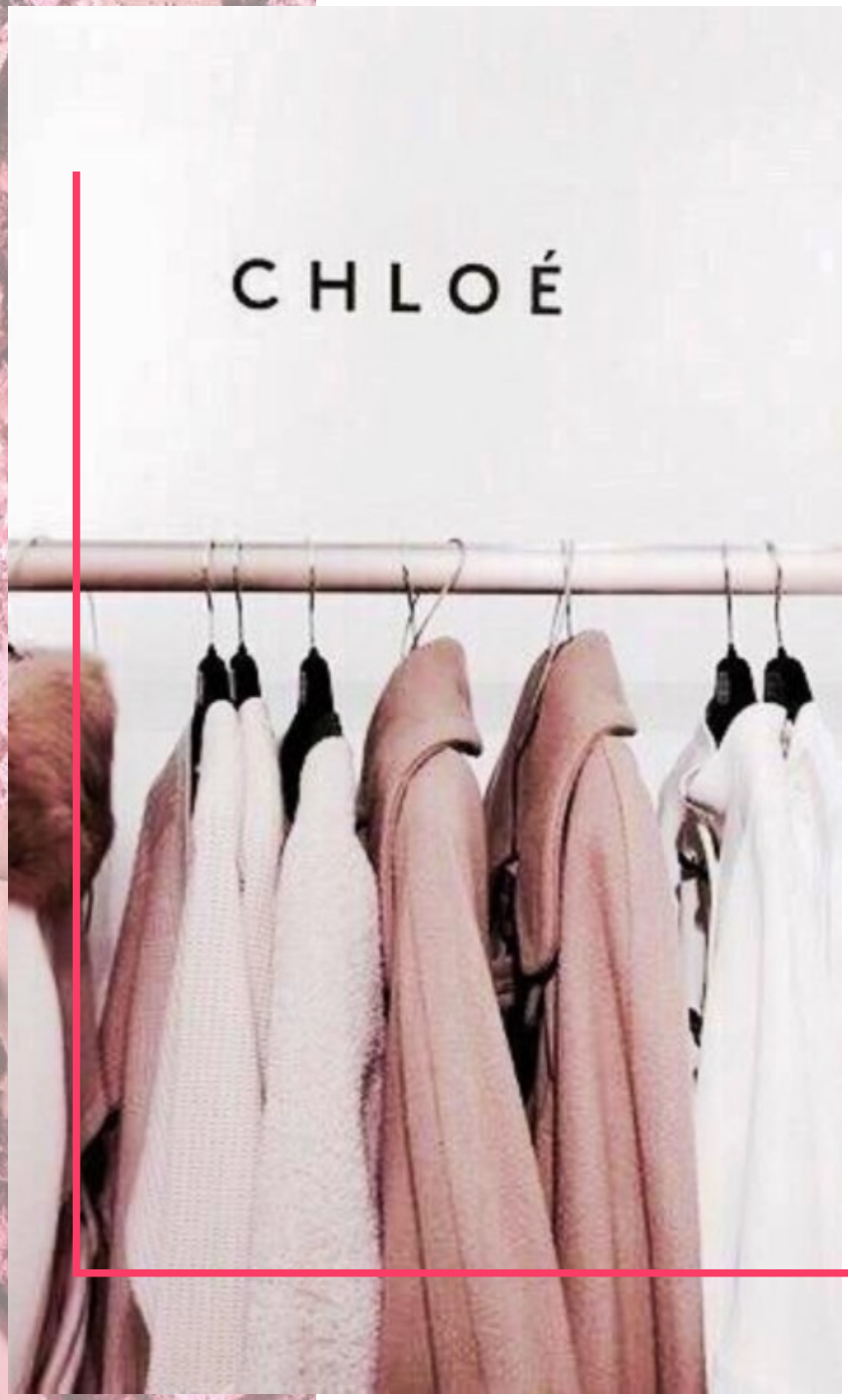
Você essencialmente não conhece a ‘‘sua equipe’’

Clientes também precisam de treinamento

Administrando o cliente sem ele perceber

O Exemplo da Moda: Envolver o produto em design

A partir da década de 90 a moda ditou de vez as suas regras do design para grandes segmentos da economia



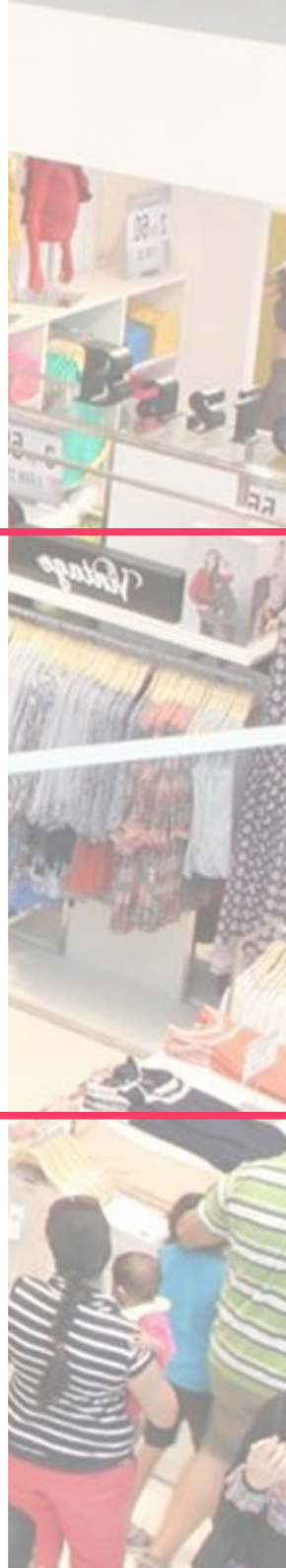
A Revolução da Moda

No final da década de 90, a moda mais uma vez revoluciona o varejo, com o boom das lojas fast fashion: Zara, Mango, H&M.

Com o design da roupa posto em primeiro lugar, você se disciplina a consumir o que está na moda

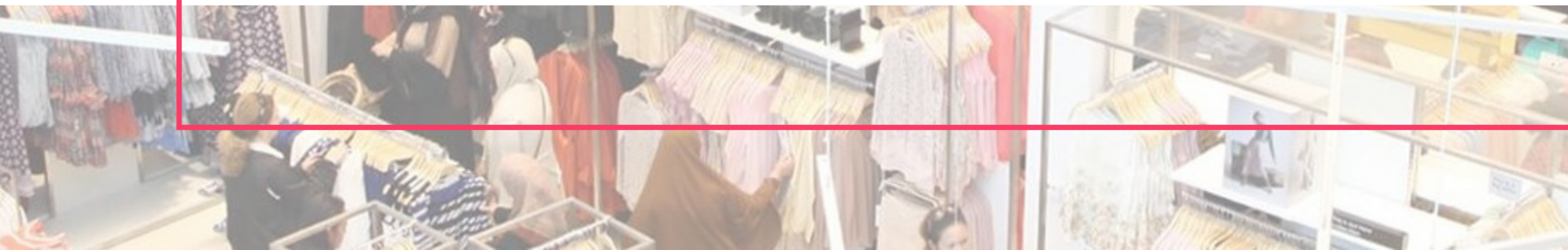
Você não compra o que imaginou, mas sai feliz e satisfeita

Você teve muitas opções que satisfizeram seu desejo de CONSUMO e de DESIGN



Conclusão

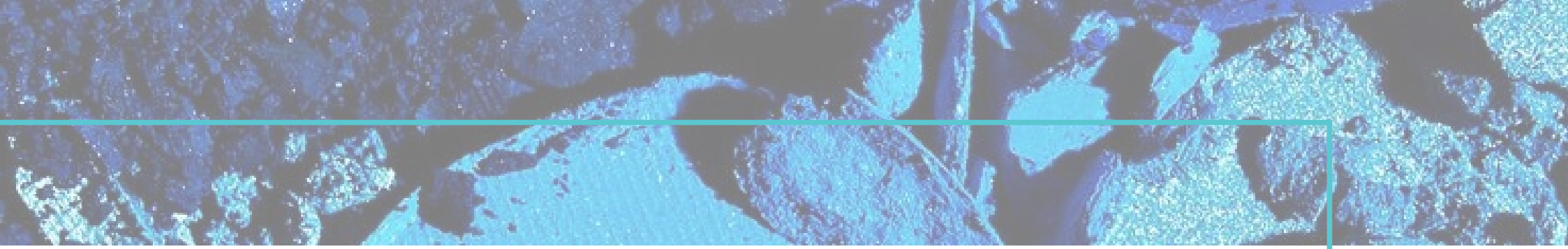
Comece hoje mesmo a vender a cartilha da sua marca!



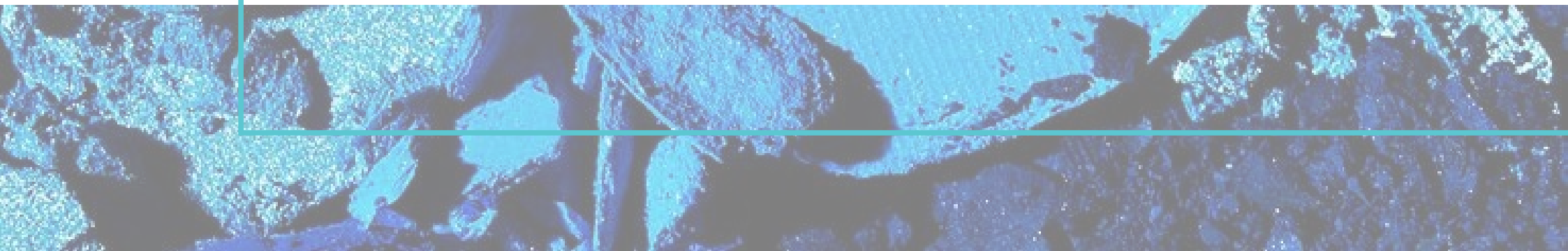
O que deu errado: A gestão das fast fashions descuidou da sustentabilidade

Criação de programas de reciclagem, eco friendly, engajamento social, quando já haviam aberto caminho para a próxima revolução da moda

Os clientes começaram a sentir desconforto em consumir roupas que foram costuradas por pessoas paupérrimas em regime de semiescravidão e processos fabris sem controle ambiental.



Falamos em administrar o cliente, enganá-lo ou subestimá-lo jamais!



A Revolução da Moda: Fashion Revolution

A partir do mote "quem fez minhas roupas?" Marcas incorporaram etiquetas com fotos, nomes das costureiras, modelistas, etc para que o consumidor final veja quem confeccionou o produto e fique satisfeito por comprar um produto com alma.

Produtos e Serviços com Alma

- Produtos e serviços com identidade;

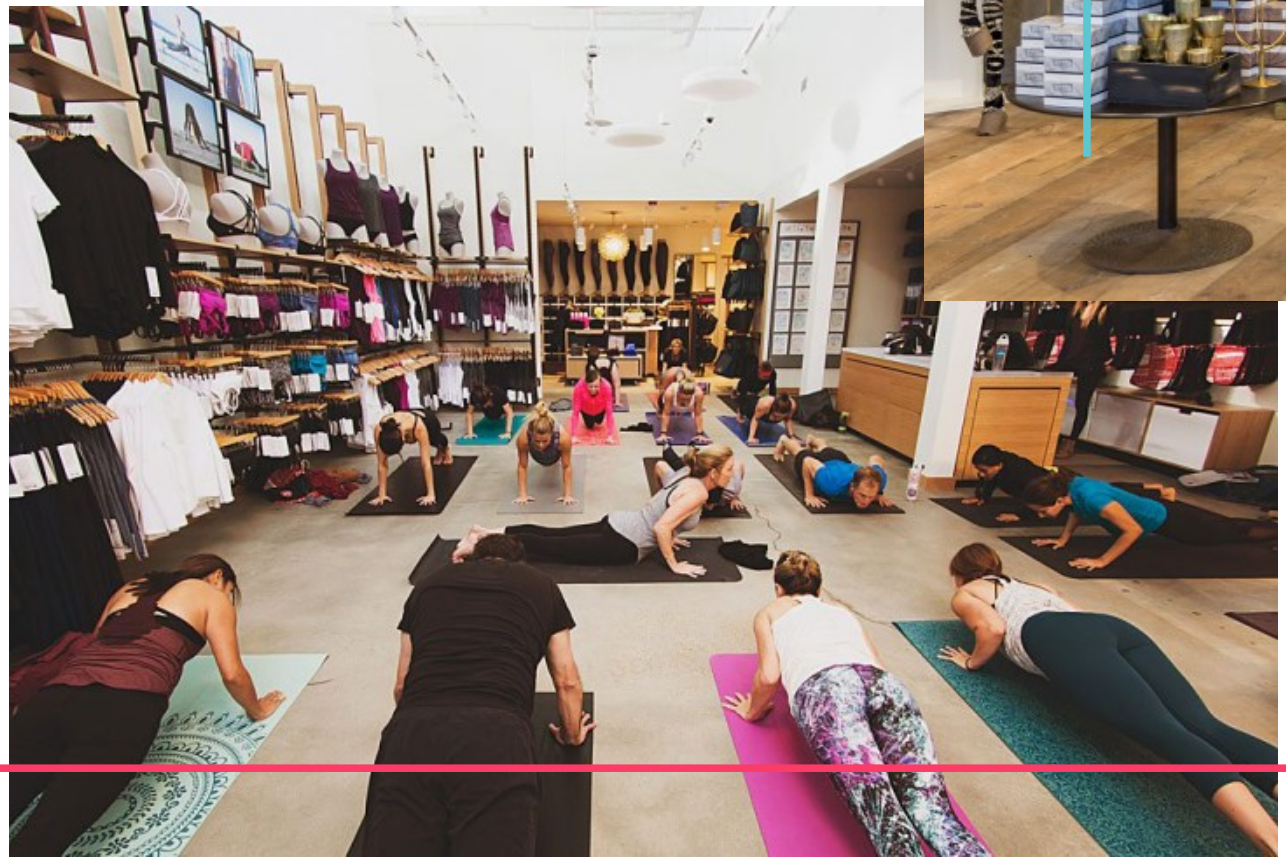
A Revolução da Moda: "Quem fez minhas roupas?"

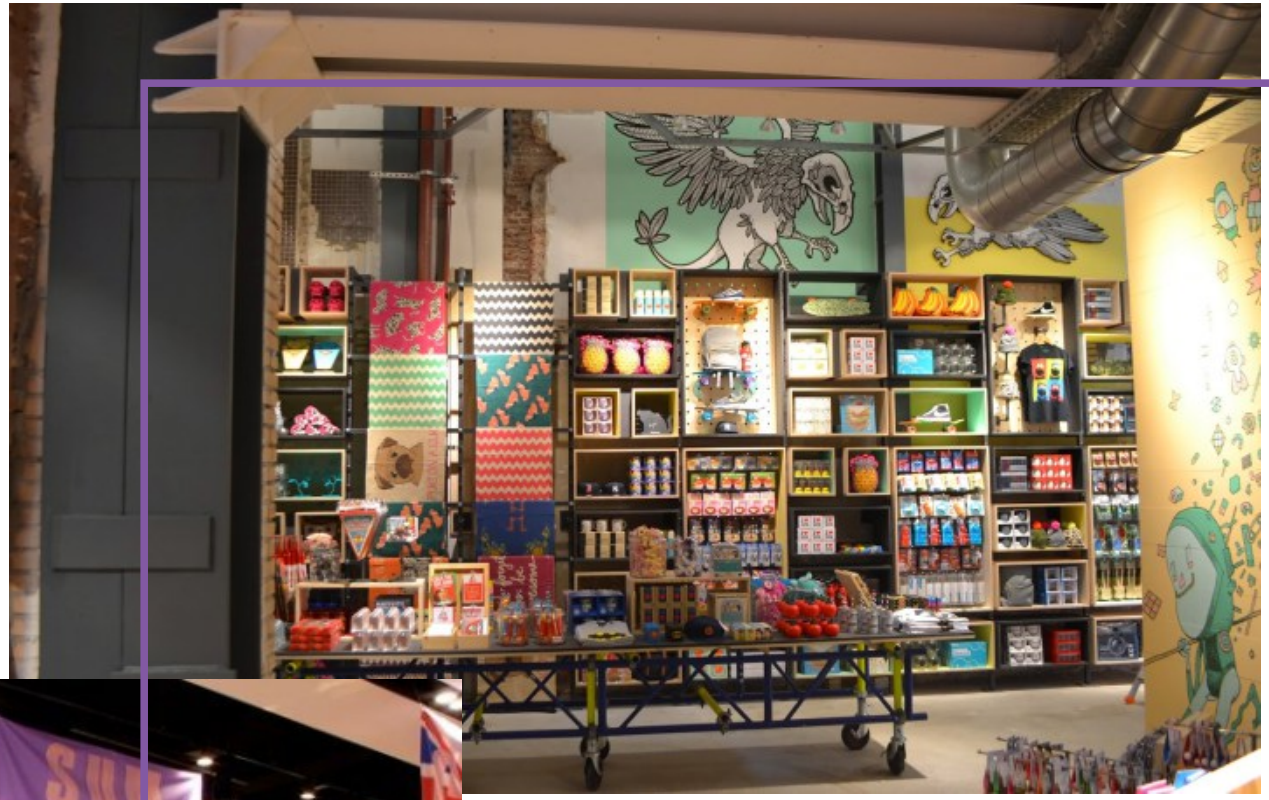
Os clientes pouco a pouco migram para o consumo mais consciente e procuram produtos e serviços que tenham "alma", que se identificam com seu modo de vida

Nossos clientes ‘‘trabalham’’ para nós e, como todo trabalhador, precisam e merecem se sentir bem acolhidos no ambiente de consumo.

Anthropologie

Lululemon





Urban Outfitters

Topshop

Conclusão

Se identifique com seu cliente,
seja seu cúmplice e comunique
com alma a sua marca!

Seja local,
Seja digital
• Seja local à moda antiga e digital ao mesmo tempo;

A internet é definitiva, é a forma atual do consumidor comprar

O fechamento de lojas atualmente nos USA supera os números de 2008, o pior ano da crise americana.

Empresas de comércio eletrônico brigam pela entrega no mesmo dia dos produtos pedidos online por compradores da cidade.

O comércio eletrônico nos USA cresceu USD 30 bi ao ano de 2010 a 2014. Nos últimos 3 anos este crescimento saltou para USD 40 bi ao ano.

Em 2017, o e-commerce no Brasil obteve crescimento de 12% em relação ao ano anterior e faturamento na ordem de 59,9 bilhões de Reais

Para 2018, a ABComm projeta crescimento de 15% e faturamento de mais de 69 bilhões de Reais.

O setor logístico deverá gerenciar mais de 220 milhões de pedidos ao longo do ano.

Nos USA, esta transformação vem esvaziando os shopping centers, levando marcas tradicionais do varejo a falência

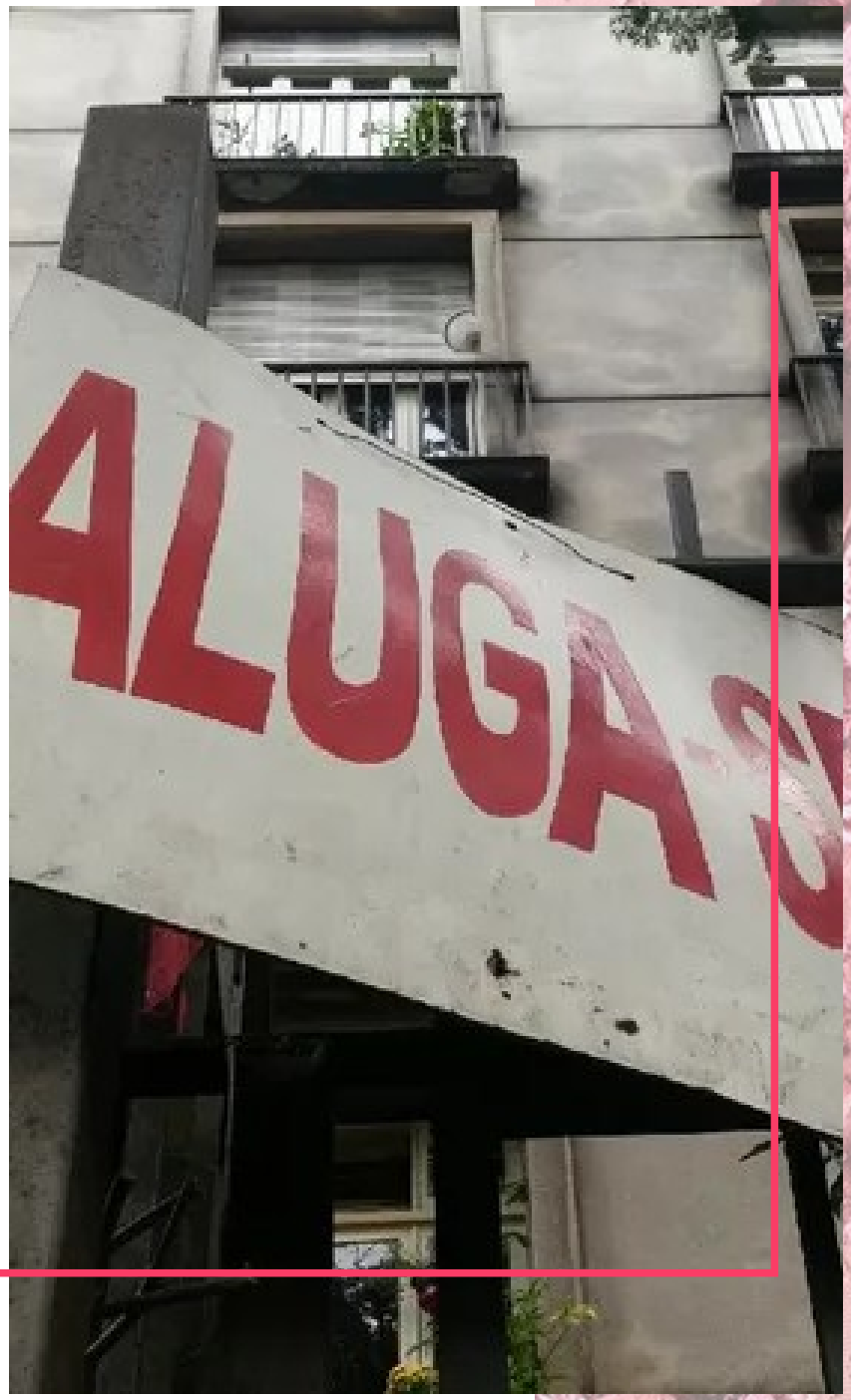
O consumidor quer comprar online e ter fácil comunicação com todos os canais da marca

O online não elimina o físico, ao contrário, dá novas funções e oportunidades de atrair o consumidor

O mercado online dá oportunidade para pequenos empreendimentos que com aluguéis caríssimos não teriam chances de serem vistos perante os grandes.

O que deu errado:

O poderio das grifes da moda causou por anos o inflacionamento dos aluguéis nos pontos nobres. Hoje a realidade mudou. Aluguéis estão a cair de preço até se tornarem viáveis aos pequenos novos investimentos comerciais.



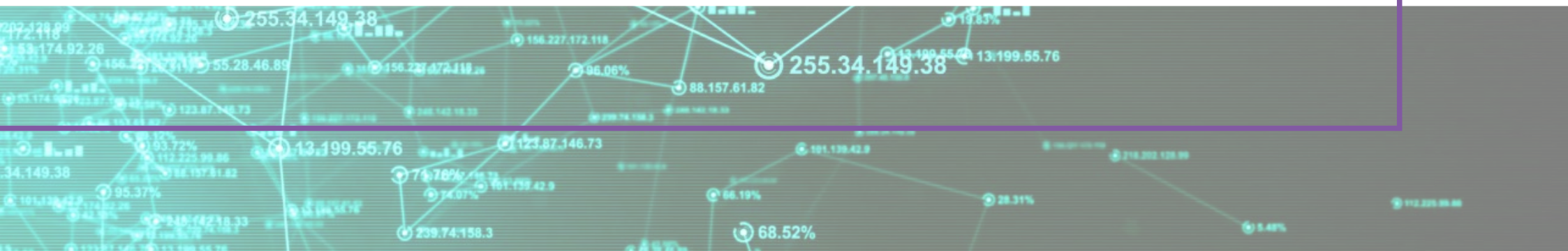
A Revolução de Comportamento

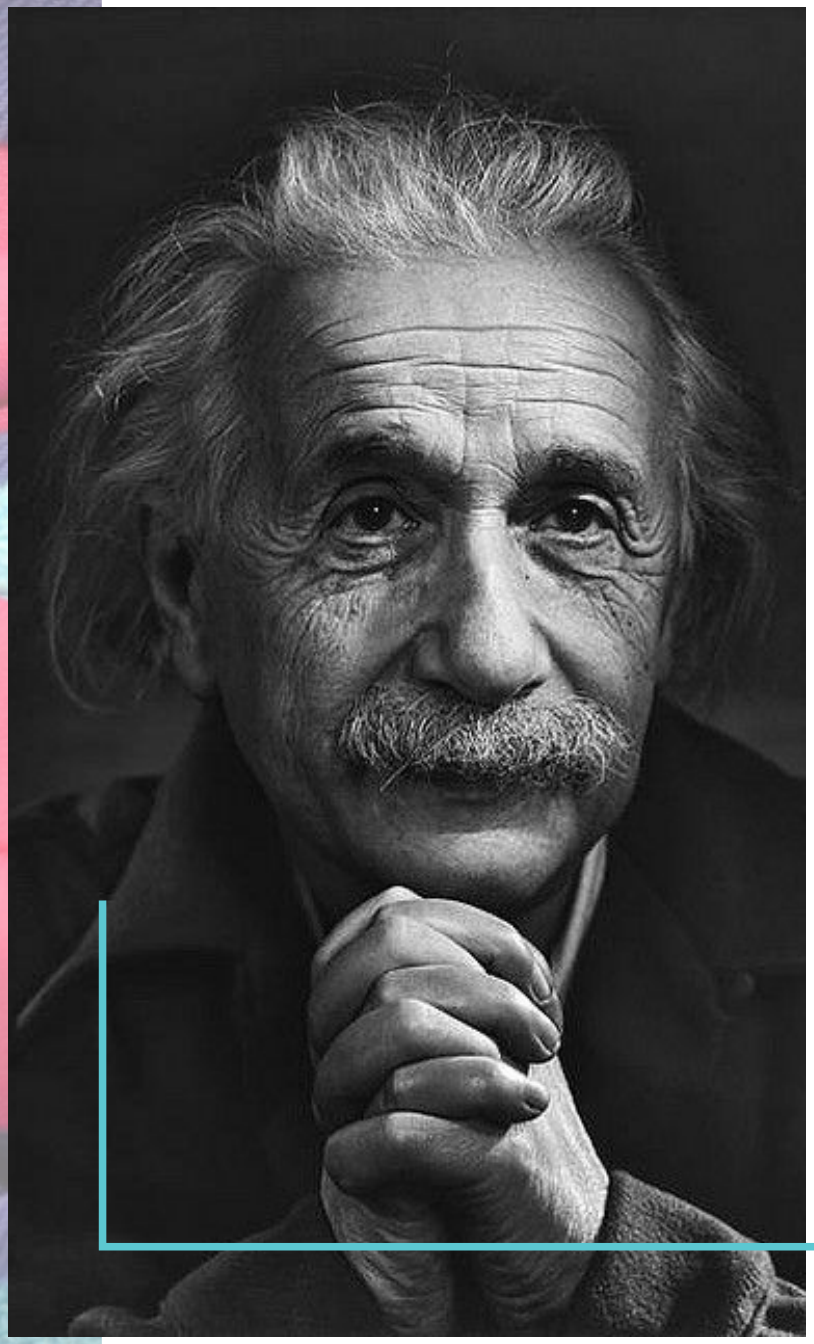
"No passado, havia a preocupação de que a cidade estava parecendo um shopping, mas acredito que a pressão sobre o comércio agora vai fazer Nova York ser como era antes, uma cidade única. (...) E, depois de uma correção no valor dos aluguéis, isso é só o começo de uma cidade que será mais interessante."

Vishaan Chakrabarti - Columbia University

Conclusão

Mídias sociais ainda são meios baratos
de ser visto e ser comprado.
Os aluguéis comerciais chegarão a ser.
Torne seu pequeno negócio grandioso
em visibilidade!





por Yousuf Karsh

"Os problemas não podem ser solucionados no mesmo nível de consciência de quem os criou"

Albert Einstein

Referências

- Pinterest
- Google
- Frei, Frances e Morriss, Anne. Feitas para servir. Editora HSM, 2013.
- Moraes, Carolina. Veja São Paulo, 13 de abril de 2018.
- E-book Pós-NRF 2018 Sindilojas Porto Alegre, 2018.
- Folha de São Paulo, 21 de abril 2017.
- Martí, Silas. Folha de São Paulo, 27 de maio de 2018.
- https://ecommercenews.com.br/noticias/balancos/e-commerce-cresce-12-em-2017-e-projecao-para-2018-vai-a-15/
- https://exame.abril.com.br/negocios/dino/e-commerce-tem-alta-de-13-no-faturamento-em-2017-segundo-dados/

Obrigada!

Paola M. Vianna Reginatto
28 de junho de 2018

Fitemasul