

FASHION STYLE

MARKETING ESTRATÉGICO

EMPRESA RELACIONADA A
VENDAS DE ROUPA E ATELIÊ



DEFINIÇÃO DO SETOR DE ATUAÇÃO:

Setor: Moda e vestuário, incluindo roupas prontas e peças personalizadas. Atuação: Venda de produtos físicos na loja e sob encomenda pelo ateliê; presença online para alcance de clientes digitais.





DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS:

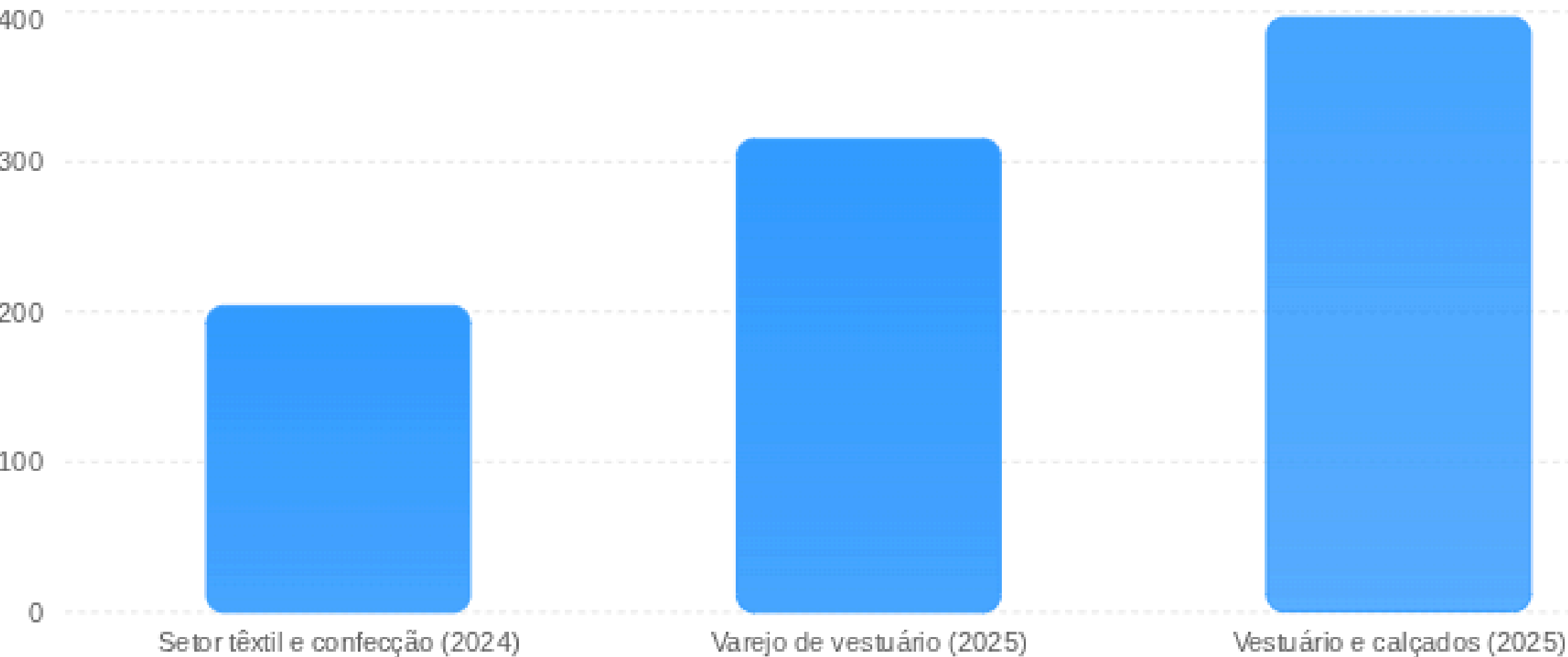
- Aumentar o fluxo de clientes na loja física.
- Aumentar vendas online ou sob encomenda do ateliê.
- Fortalecer a marca como referência em moda personalizada.
- Fidelizar clientes recorrentes.



ANÁLISE DE MERCADO E CONCORRÊNCIA:

Mercado de moda no Brasil

Faturamento aproximado em bilhões de reais.



DIRETO (MOTF): A LINHA PREMIUM MAIS FAMOSA DA SHEIN, FOCADA EM ALFAIATARIA, TECIDOS NOBRES (COMO SEDA E LINHO) E CORTES CLÁSSICOS E ELEGANTES.

INDIRETO: (MARKETPLACES E E-COMMERCE DE MODA). AVALIAÇÃO DE PREÇOS, ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS, PRESENÇA DIGITAL E REPUTAÇÃO NO MERCADO.

TENDÊNCIAS: MODA PERSONALIZADA E CONTEÚDO DIGITAL ATRAENTE.

SEGMENTAÇÃO PÚBLICO-ALVO:

CLASSE A (Para loja e ateliê)

- Clientes da loja: compram produtos prontos, moda pronta para uso.
- Clientes do ateliê: buscam peças personalizadas ou exclusivas.
- Clientes online: seguem nas redes sociais e podem comprar via delivery ou encomenda.

IDENTIFICAÇÃO DAS PERSONAS:

(Loja): Jovem adulto, 20–35 anos, gosta de moda casual, segue tendências digitais, valoriza preço acessível.

(Ateliê): Mulher, 25–45 anos, busca exclusividade, disposto a pagar mais por peças personalizadas.

(Online): Usuário ativo nas redes sociais, gosta de promoções online e compra por conveniência.

ANÁLISE DE POSICIONAMENTO:

Marca jovem, moderna e referência em moda personalizada, que une qualidade, exclusividade e bom atendimento.



DEFINIÇÃO DOS 8 PS E CANAIS:

PRODUTO

São as roupas e acessórios vendidos pela loja.

Exemplos:

- Camisetas
- Calças
- Vestidos
- Tênis
- Bolsas

A loja deve oferecer produtos de qualidade e que sigam o estilo do público.

PRAÇA

É o local onde os produtos são vendidos.

Exemplos:

- Loja física
- Shopping
- Site próprio
- Marketplace

Também envolve entrega e logística.

PROMOÇÃO

São as formas de divulgar a loja.

Exemplos:

- Instagram
- TikTok
- Influenciadores
- Promoções sazonais

Serve para atrair clientes e aumentar as vendas.





PREÇO

Os preços no segmento são extremamente variados, moldados pelo perfil da plataforma e pela categoria do produto:

- Vestuário Básico e Fast Fashion: R\$20 a R\$90 (ex: camisetas, blusas e peças promocionais, forte apelo em plataformas como Shopee e Shein).
- Moda Casual e Peças Estruturadas: R\$90 a R\$250 (ex: calças jeans, vestidos, jaquetas).
- Marcas Premium / Marcas Nativas: Acima de R\$250 (encontradas na Dafiti e e-commerces próprios focados em valor agregado).

Consolidando-se como a categoria de maior volume de vendas no varejo digital. Com um ticket médio geral variando de R\$500 a R\$550, o setor registrou altas de até 35% nos faturamentos.

Exemplos:

- Promoções
- Descontos
- Parcelamento
- Preço acessível ou premium

O preço precisa combinar com o público-alvo da loja.





DEFINIÇÃO DOS 8 PS E CANAIS:

PROCESSOS

É a maneira como a loja funciona internamente.

Exemplos:

- Organização do estoque
- Troca de produtos
- Atendimento rápido
- Sistema de pagamento

Processos eficientes melhoram a experiência do cliente.

POSICIONAMENTO

É a imagem que a loja deseja transmitir.

Exemplos:

- Loja jovem e moderna
- Loja de luxo
- Moda sustentável
- Moda casual

O posicionamento diferencia a marca dos concorrentes.

PERFORMANCE

É a análise dos resultados da loja.

Exemplos:

- Número de vendas
- Lucro
- Clientes satisfeitos
- Crescimento nas redes sociais





PESSOAS

- Atendimento sofisticado e personalizado
- Vendedores bem apresentados e estilosos
- Equipe atualizada nas tendências de moda
- Comunicação moderna e próxima (inclusive redes sociais)
- Chamar o cliente pelo nome e criar conexão
- Sugestão de looks completos e exclusivos
- Atendimento rápido e sem pressão
- Oferecer experiências VIP (eventos, lançamentos)
- Foco em qualidade, status e exclusividade
- Relacionamento contínuo com o cliente (fidelização)

São todos que participam do atendimento e relacionamento com o cliente.

Exemplos:

Um bom atendimento ajuda na fidelização.



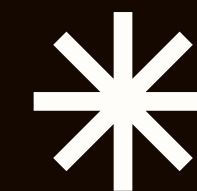
DEFINIÇÃO DE MARKETING DIGITAL:

- Postagens de looks no Instagram
- Vídeos de tendências no TikTok
- Promoções divulgadas no WhatsApp
- Loja online (site ou aplicativo)
- Parcerias com influenciadores



OBJETIVOS

- Atrair novos clientes
- Divulgar coleções e promoções
- Aumentar as vendas online e presenciais
- Fortalecer a marca da loja
- Fidelizar clientes



VANTAGENS

- Maior alcance de público
- Comunicação rápida com clientes
- Divulgação com menor custo
- Acompanhamento dos resultados das campanhas
- Facilidade para mostrar novidades da moda

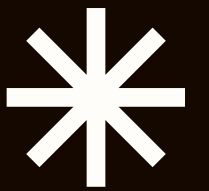
DEFINIÇÃO DE INBOUND MARKETING:



A loja produz conteúdos que chamem a atenção das pessoas, como:

- Dicas de moda
- Combinação de looks
- Tendências de roupas
- Vídeos no TikTok e Instagram
- Promoções e novidades.

Com isso, os clientes passam a conhecer a marca e podem se interessar pelos produtos.



OBJETIVOS

- Atrair clientes
- Criar relacionamento com o público
- Gerar confiança na marca
- Aumentar as vendas
- Fidelizar consumidores

EXEMPLO PRÁTICO

- Uma loja de roupas publica no Instagram:
- "5 looks para o inverno"
- "Como combinar cores de roupas"
- "Tendências da moda em 2026"
- As pessoas assistem ao conteúdo, conhecem a loja e podem acabar comprando as peças mostradas.



DEFINIÇÃO DAS REDES SOCIAIS:

Instagram → foco visual, fotos, reels e vendas
TikTok → tendências, vídeos virais e alcance
Facebook → anúncios e público mais amplo
Pinterest → inspiração de looks e tráfego
WhatsApp → atendimento e fechamento de venda

As redes sociais de uma loja de roupa constituem ferramentas de comunicação digital utilizadas para promover produtos de moda, fortalecer o relacionamento com consumidores e ampliar a visibilidade da marca no ambiente online.

LANDING PAGE

https://chatgpt.com/s/cb_6a1f32f34fe88191a06b887b69f3fe2d



CRIAÇÃO DE UM PLANO BÁSICO DE SERVIÇOS:

SERVIÇOS DA LOJA

- VENDA DE ROUPAS PRONTAS
- VENDA DE ACESSÓRIOS
- ATENDIMENTO PRESENCIAL E ONLINE
- PROMOÇÕES SAZONAIS

CANAIS DE ATENDIMENTO

- LOJA FÍSICA
- WHATSAPP
- INSTAGRAM E TIKTOK
- SITE/LANDING PAGE

SERVIÇOS DIGITAIS

- DIVULGAÇÃO NAS REDES SOCIAIS
- MARKETING DIGITAL
- LANDING PAGE PARA CAPTAÇÃO DE CLIENTES
- EMAIL MARKETING
- CATÁLOGO ONLINE

SERVIÇOS DO ATELIER

- CRIAÇÃO DE PEÇAS SOB MEDIDA
- AJUSTES E REFORMAS
- CONSULTORIA DE ESTILO
- ATENDIMENTO PERSONALIZADO
- PRODUÇÃO SOB ENCOMENDA

AJUSTES FINAIS:



- REVISÃO DE METAS SMART.
- INTEGRAÇÃO DE TODAS AS CAMPANHAS NA FERRAMENTA SMART: SEGMENTAÇÃO, AUTOMAÇÃO, DASHBOARDS E MÉTRICAS.
- DEFINIÇÃO DE CRONOGRAMA MENSAL DE CAMPANHAS, PROMOÇÕES E CONTEÚDO.

APRESENTAÇÃO DO PLANO DE FEEDBACK:



COLETA DE FEEDBACK DE
CLIENTES NA LOJA E
ONLINE.
MONITORAMENTO DAS
MÉTRICAS NO SMART:
VENDAS, ENGAJAMENTO
DIGITAL, AGENDAMENTOS
NO ATELIÊ,
RELACIONAMENTO E
FIDELIZAÇÃO.
AJUSTE DE CAMPANHAS E
PROCESSOS CONFORME
RESULTADOS.



OBJETIVOS SMART:

ESPECÍFICO

- Aumentar as vendas da loja física e online.
- Fortalecer a marca Fashion Style nas redes sociais.
- Divulgar os serviços do ateliê.
- Melhorar o atendimento, relacionamento e fidelização dos clientes.

MENSURÁVEL

- Aumentar vendas em 20%.
- Crescer o engajamento digital em 25%.
- Fidelizar 30% dos clientes.
- Aumentar os pedidos online e agendamentos do ateliê.
-

ATINGÍVEL

Estratégias: (TESTE)

- Postagens diárias no Instagram e TikTok.
- Promoções sazonais.
- Divulgação via WhatsApp.
- Parcerias com influenciadores.
- Criação de Landing Page.
- Atendimento rápido e personalizado.

RELEVANTE

As ações ajudam a:

- Atrair novos clientes.
- Aumentar as vendas.
- Melhorar a imagem da marca.
- Destacar a Fashion Style no mercado de moda personalizada.

TEMPORAL

- 2 meses: aumentar engajamento digital.
 - 3 meses: aumentar vendas em 20%.
 - 6 meses: consolidar a marca como referência regional.
- 

MUITO OBRIGADO!

- Beatriz
- Giovanna
- Vinícios
- João V
- Fernando F

