

E-BOOK

Como criar uma marca de moda do zero.



SUMÁRIO

- 1-INTRODUÇÃO
- 2- ENTENDENDO O SEU NEGÓCIO
 - 2.1 ESTUDANDO O MERCADO
- 3- CONHEÇA SUA PERSONA
- 4- DEFINA SUA IDENTIDADE VISUAL
 - 4.1 CRIANDO SEU MOOD BOARD
 - 4.2 DEFININDO SEU NOME E LOGO
- 5- CANAIS DE VENDA E COMUNICAÇÃO
 - 5.1 VITRINE PRINCIPAL
 - 5.2 VITRINE SECUNDÁRIA
- 6- ESTRATÉGIAS DE MARKETING E VENDAS
 - 6.1- TRÁFEGO ORGÂNICO
 - 6.1.1- TRÁFEGO ORGÂNICO NO INSTAGRAM
 - 6.1.2 NEWS LETTER E E-MAIL MARKETING
 - 6.1.3- BLOG
 - 6.1.4- GOOGLE MAPS
 - 6.2- TRÁFEGO PAGO
 - 6.2.1- TRÁFEGO PAGO NO INSTAGRAM
 - 6.2.2- TRÁFEGO PAGO NO GOOGLE
 - 6.3- PARCERIAS
 - 6.4- PROMOÇÕES E DESCONTOS
- 7- CRIANDO SUA PRIMEIRA COLEÇÃO
 - 7.1 - PESQUISA DE TENDÊNCIAS
 - 7.2 - TEMA DE COLEÇÃO
 - 7.3 - CORES E ESTAMPAS
 - 7.4- MOODBOARD
 - 7.5 - PLANEJANDO SUA COLEÇÃO
 - 7.6 - CRIANDO DESIGNS
 - 7.7- DESENHO E FICHA TÉCNICA
 - 7.8-TECIDOS
 - 7.9- ESTAMPAS
 - 7.10 - MODELAGEM
 - 7.11- ENCAIXES E CORTES
 - 7.12- COSTURA E OUTROS PROCESSOS
 - 7.13- ACABAMENTO
- 8- ETIQUETA INTERNA
- 9- PRIVATE LABEL A MANUFATURAS
- 10- EMBALANDO SEU PRODUTO
- 11- AT THE BEACH STUDIO



INTRODUÇÃO

Muitas pessoas têm o sonho de abrir o próprio negócio, e algumas delas optam pelo mercado da moda, seja por uma afinidade ou paixão por este ramo. Sabemos que realizar este sonho pode não ser uma tarefa fácil e que nem todos estes empreendedores têm conhecimentos em moda suficientes para atingir tal objetivo. É por isso que nas próximas páginas te explicaremos de forma prática e objetiva como criar uma marca de moda de sucesso do zero.

Este ebook foi feito por profissionais qualificadas, graduadas em design de moda e com experiência no mercado. Essas profissionais são também sócias do “At the beach studio”. Studio de moda que auxilia marcas a desenvolverem suas coleções, produzindo designs exclusivos para as mesmas. Além de serviços de consultoria para novas marcas, com o intuito de guiá-las durante o desafiador processo que é começar uma marca de moda do zero.

Ao longo de sua leitura, você irá encontrar as informações necessárias para atingir o seu objetivo de empreender no mercado da moda. Desde a criação da identidade visual da sua marca até como criar sua primeira coleção de moda.



CONHEÇA AS AUTORAS

AMANDA BRESLAU

ALÉM DA MINHA FORMAÇÃO EM DESIGN DE MODA, MINHA EXPERIÊNCIA EM VENDAS E COMO PERSONAL STYLIST ME FIZERAM ENXERGAR O QUE AS PESSOAS REALMENTE PROCURAM NA HORA DE COMPRAR UMA PEÇA ROUPA. JUNTANDO ESSE CONHECIMENTO COM O QUE ADQUIRI TENDO UM BLOG PESSOAL E UM NEGÓCIO ONLINE, HOJE CONSIGO COM UM INSTAGRAM DO ZERO FAZER NÃO SÓ ELE CRESCER, MAS DE FATO VENDER



PRISCILA PRADO

ATUANDO NO MERCADO DE MODA, ADQUIRI MAIS CONHECIMENTOS SOBRE COMO FUNCIONA TODA A INDÚSTRIA E SEUS PROCESSOS. VI DE PERTO A DIFERENÇA QUE UMA BOA PESQUISA DE TENDÊNCIAS, ALINHADA COM UM BOM PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO FAZ NAS VENDAS.

Como em qualquer outra área, entender sobre o mercado escolhido e encontrar a identidade da sua marca é algo imprescindível. Durante este processo existem algumas informações que você deve se perguntar. Elas estarão listadas abaixo com exemplos e explicações. Anote-as em um papel ou em um documento no computador que você possa consultar a qualquer momento. Elas serão muito importantes na hora de criar sua identidade visual, que veremos mais à frente.

01 Qual é a área do meu negócio?
(ex: moda, gastronomia, etc)

02 Qual é o meu nicho de mercado
(ex: moda praia, infantil, plus-size)

Escolher um nicho de mercado é muito importante, pois ele te ajuda a conhecer melhor o seu público, focar mais em um determinado cliente, e não apenas “fazer mais do mesmo”.

03 Qual é o seu diferencial? (ex: estampas exclusivas, tecidos tecnológicos, sustentabilidade, durabilidade, etc)

Ter um diferencial é muito importante, é ele que te destaca da concorrência. Por exemplo,

a Moschino é conhecida por suas roupas e acessórios super criativos e inusitados. Se pensarmos bem, é uma marca focada para um público específico, que procura roupas e estampas criativas e que não se encontra em qualquer lugar, já que não é todo mundo que usaria uma bolsa em formato de baguete por exemplo. A Moschino sabe que, provavelmente, a maioria das pessoas não usaria suas criações, mas ela também sabe que criando esses designs inusitados tem um diferencial que atrai um público fiel, disposto a pagar um valor alto por suas peças.

É nisso que devemos pensar quando procuramos nosso diferencial, por qual razão as pessoas vão comprar da minha marca e não da do concorrente?