

AFINAL, O QUE FAZER PARA NÃO PERDER ESPAÇO PARA GRANDES PLATAFORMAS DE VAREJO DE MODA?



INTRODUÇÃO	3
O IMPACTO DAS PLATAFORMAS DE MODA PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS	5
A COMPETIÇÃO COM AS GRANDES VAREJISTAS DE MODA NO BRASIL	7
DICAS PARA CRIAR VANTAGEM COMPETITIVA NO SEGMENTO DE MODA ATUAL	11
CONCLUSÃO	20
SOBRE O SEBRAE PE.....	22



INTRODUÇÃO

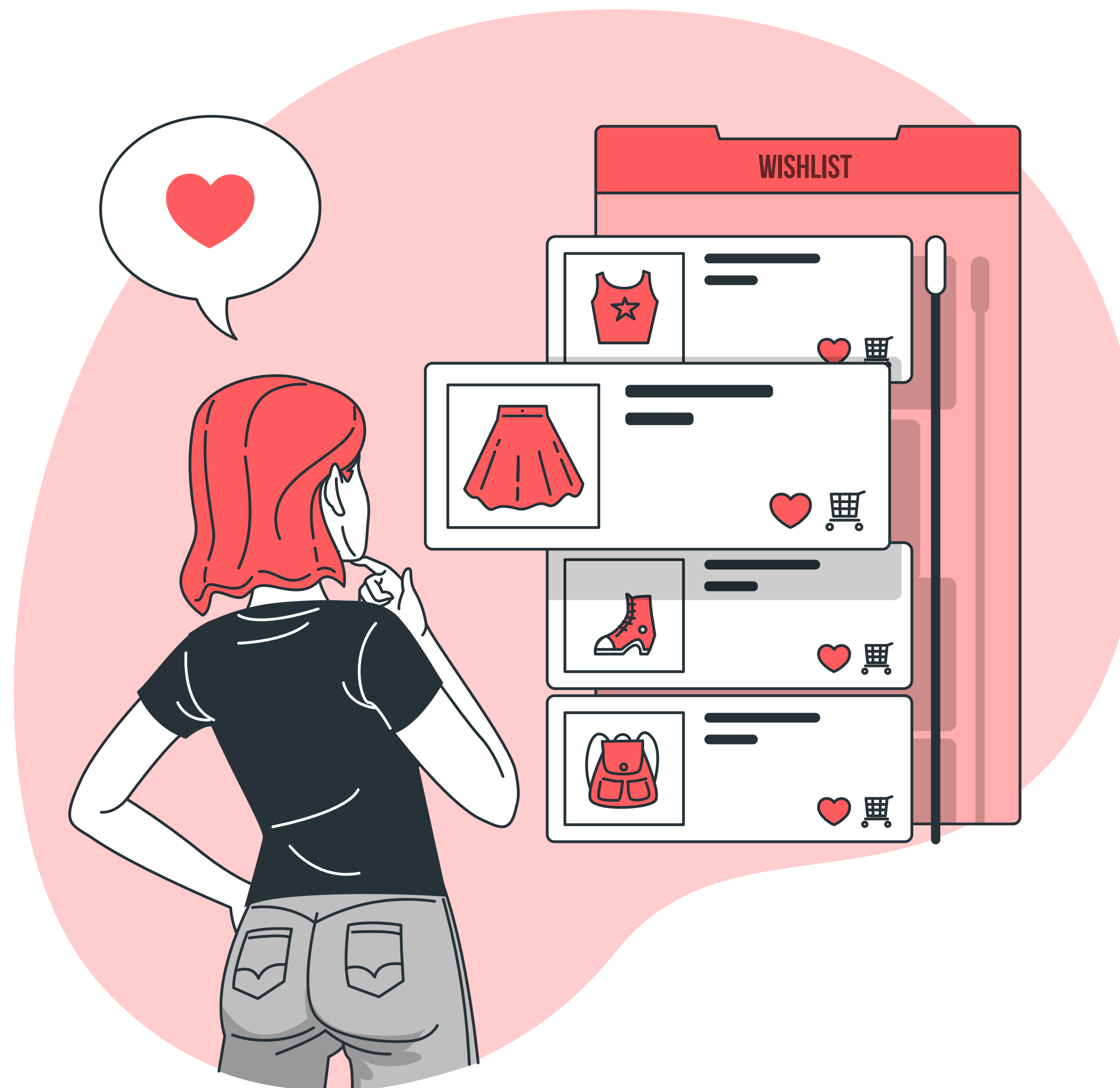
A transformação digital trouxe mudanças significativas na forma como as empresas

precisam enfrentar a concorrência.

Especialmente no setor de varejo de moda, é crucial compreender as estratégias necessárias para manter-se competitivo diante das grandes plataformas.

Com isso em mente, criamos um conteúdo completo para ajudá-lo a não perder espaço no mercado, mesmo que sua produção seja menor e suas soluções estejam distantes dos grandes concorrentes.

Acompanhe a leitura e descubra o que você pode fazer para se destacar!





O IMPACTO DAS PLATAFORMAS DE MODA PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS

As plataformas online de moda têm ganhado cada vez mais espaço no mercado brasileiro e internacional. No entanto, para pequenos e médios empreendedores que têm produção própria, a concorrência com plataformas como essa pode ser bastante desafiadora.

Confira, a seguir, os principais desafios nesse sentido.

Concorrência acirrada

Essa é a principal dificuldade enfrentada pelos pequenos empreendedores que têm produção própria. Com uma grande quantidade de fornecedores trabalhando com essas grandes redes, a competição é alta, exigindo que outros tipos de negócio encontrem formas de se destacar em meio a tantos concorrentes.

Pressão por preços baixos

Esse é outro grande desafio enfrentado pelos pequenos negócios. Plataformas como a famosa Shein são conhecidas por oferecer preços muito baixos para os consumidores, e, para os pequenos empreendedores, pode ser difícil competir com isso sem prejudicar a rentabilidade do negócio.

Urgência por inovação e visibilidade

Para se manterem competitivos e serem vistos nesse mercado tão diverso e dinâmico, os pequenos negócios precisam investir em novas tecnologias e em novas formas de marketing digital. Além disso, é importante buscar formas de inovar e se diferenciar da concorrência, como utilizando materiais sustentáveis na produção de roupas e acessórios.



A COMPETIÇÃO COM AS GRANDES VAREJISTAS DE MODA NO BRASIL

Competir com grandes varejistas de moda no Brasil pode ser um grande desafio para pequenos e médios empreendedores que têm produção própria. No entanto, é possível, sim, competir, desde que sejam adotadas as estratégias corretas e sejam tomadas as medidas necessárias. Confira alguns exemplos a seguir.

Identificando oportunidades

Um dos primeiros passos para isso é **descobrir um nicho de mercado que ainda não foi explorado** por essas empresas. Isso pode ser feito através de pesquisas de mercado e análise de tendências, identificando demandas específicas dos consumidores que ainda não estão sendo atendidas pelas grandes varejistas.





Produzindo peças exclusivas e personalizadas

A criação de produtos personalizados e exclusivos é uma opção para se diferenciar e criar um nicho de mercado próprio. Nessa produção, é fundamental investir em materiais de alta qualidade. Essa estratégia pode ajudar a diferenciar a marca e a criar uma base fiel de clientes que buscam exclusividade e qualidade.

Os pequenos negócios também podem criar suas próprias lojas virtuais, o que permite vender produtos diretamente para os consumidores, sem a necessidade de utilizar plataformas intermediárias.

Investindo na presença digital

Além disso, é importante investir em uma boa presença digital, por meio de uma plataforma de e-commerce ou mesmo nas redes sociais. É importante criar uma identidade visual forte, utilizar boas práticas de SEO para ser encontrado pelos consumidores e investir em estratégias de marketing digital para divulgar a marca.

Apostando na responsabilidade socioambiental

Cada vez mais, os consumidores buscam marcas que tenham um propósito maior e que se preocupem com o meio ambiente e com a sociedade. Assim, utilizar materiais sustentáveis em sua produção e adotar práticas socialmente responsáveis pode ser um grande diferencial competitivo.

Planejando e gerenciando bem

É importante ressaltar que competir com grandes varejistas de moda exige um bom planejamento financeiro e uma gestão eficiente do negócio. É preciso ter uma visão clara dos custos e das margens de lucro, além de buscar parcerias estratégicas que possam ajudar a reduzir os custos de produção e logística.

Fazendo parcerias

Por fim, os pequenos empreendedores podem se unir e criar parcerias para aumentar sua visibilidade e competitividade no mercado. Juntos, eles podem compartilhar conhecimentos e recursos, além de criar estratégias conjuntas para enfrentar a concorrência das plataformas de moda.





**DICAS PARA
CRIAR VANTAGEM
COMPETITIVA NO
SEGMENTO DE
MODA ATUAL**

A indústria da moda é altamente competitiva, e manter-se lucrativo pode ser um desafio para empreendedores nesse segmento. No entanto, existem algumas estratégias que podem ajudar a criar uma vantagem competitiva e garantir a lucratividade. Abaixo estão algumas dicas e passos que podem ajudar você.

Identifique o seu nicho

A primeira etapa para criar uma vantagem competitiva na moda é identificar o seu nicho. Ao escolher um nicho específico, você pode focar em um público-alvo mais específico e, assim, criar produtos que atendam às suas necessidades e desejos.

Para identificar o seu nicho, considere o que você é apaixonado e qual segmento de mercado tem um potencial de crescimento. Pesquise o mercado, estude os concorrentes e avalie as tendências para encontrar um nicho de mercado que possa ser explorado.

Sem esse trabalho, é pouco provável que você consiga desenvolver um negócio realmente relevante. Afinal, com quem você está falando?

Seu produto, preços e mensagens podem ser excelentes, mas eles precisam ser excelentes para o cliente que vai procurar a sua marca.



Desenvolva um produto exclusivo

Depois de identificar o seu nicho, é hora de desenvolver um produto exclusivo. Um produto único é fundamental para criar uma vantagem competitiva, pois se destacará no mercado e será difícil de ser copiado.

Para desenvolver um produto exclusivo, considere a qualidade dos materiais, o design e a funcionalidade. Pense fora da caixa e seja criativo na criação de algo que realmente chame a atenção dos seus clientes.



Invista em marketing

O marketing é fundamental para criar uma vantagem competitiva na moda. É importante divulgar a sua marca e produtos para o maior número possível de pessoas.

Invista em **marketing digital, como redes sociais e mídia paga**, além do **marketing tradicional, a exemplo de eventos e desfiles de moda**. Lembre-se de que o marketing deve estar alinhado com o seu público-alvo e nicho de mercado para garantir os melhores resultados.

Sem uma estratégia eficiente nos espaços online, a tendência é que o seu negócio perca espaço. Além disso, não existem motivos para não investir nesse tipo de estratégia: os custos são baixos e os retornos podem ser significativos, especialmente analisando o longo prazo.

Tenha atenção ao atendimento ao cliente

O atendimento ao cliente é uma parte importante do sucesso em qualquer negócio, e na moda não é diferente. É essencial ter uma equipe treinada e capacitada para lidar com os clientes de forma eficiente e eficaz.

Ofereça um excelente atendimento ao cliente, resolvendo problemas e dúvidas com rapidez e eficiência. Isso garantirá a fidelidade dos clientes e aumentará a reputação da sua marca.

Mais do que isso, **o atendimento ao cliente é a maior oportunidade de garantir que o consumidor seja fidelizado.** Uma experiência de compra ruim pode ser revertida em uma experiência positiva de suporte e atendimento ao consumidor.

Na prática, isso vai abrir uma série de oportunidades para conquistar uma audiência ainda mais fiel para o futuro do seu negócio. Afinal, se você ajudou um cliente em um momento de dúvidas e problemas, ele vai ficar satisfeito ao receber esse suporte e poderá retornar mais vezes.



Acompanhe as tendências de mercado

A moda é um segmento que está em constante evolução, e as tendências podem mudar rapidamente. Por isso, é importante ficar atento às tendências de mercado para se manter relevante e atualizado.

Acompanhe os desfiles de moda, leia revistas especializadas e participe de feiras e eventos do setor. Isso permitirá que você esteja sempre por dentro das últimas tendências e possa criar produtos que atendam às necessidades dos seus clientes.

Mas o fundamental aqui é olhar não só para o seu segmento de atuação: analise as tendências de todo o mercado, desde ferramentas de marketing até mesmo soluções de tecnologia que podem agregar ao seu dia a dia de trabalho.

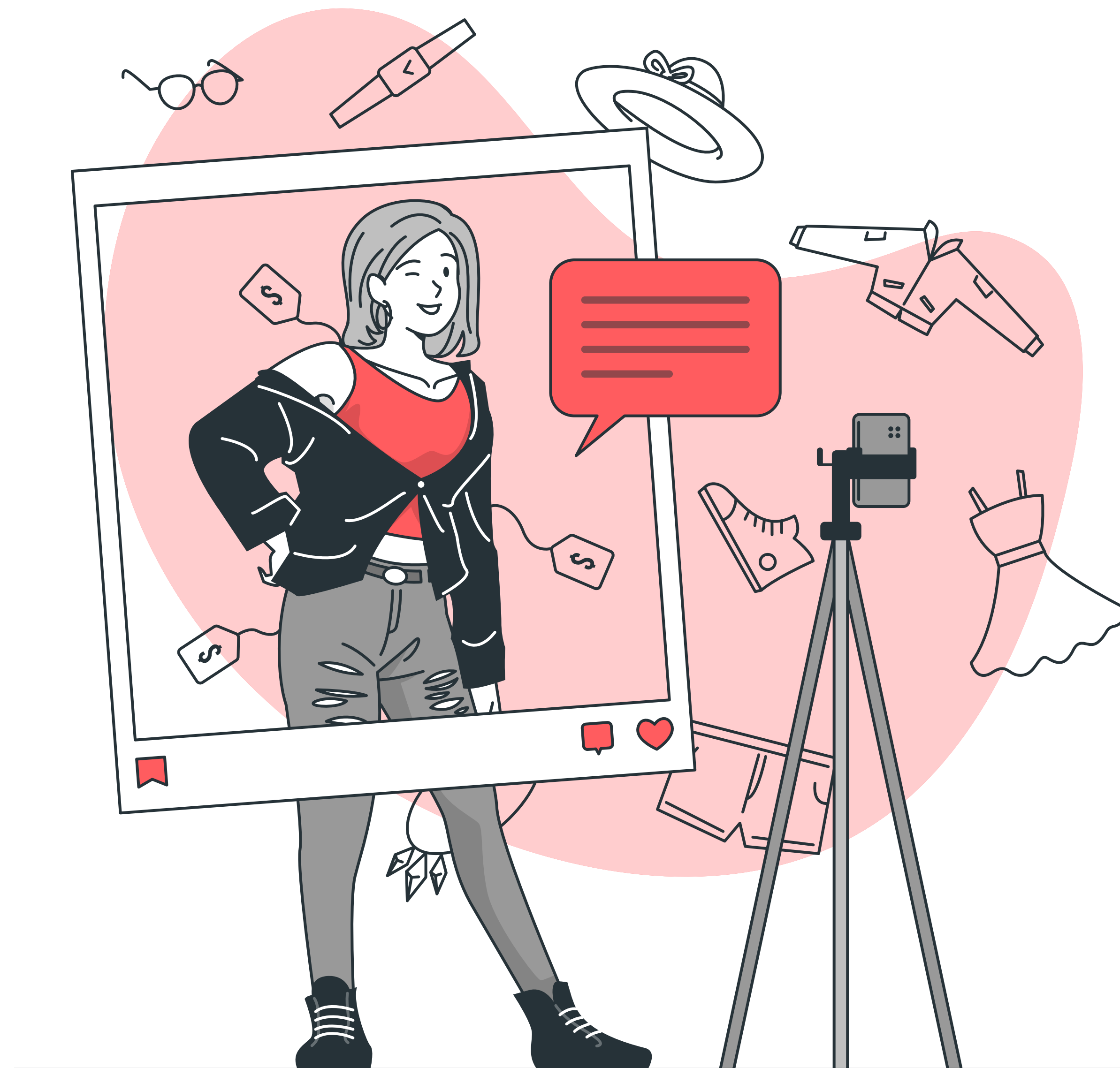
Entenda que qualidade é fundamental

A qualidade é fundamental para criar uma vantagem competitiva na moda. Os clientes esperam produtos de alta qualidade e durabilidade, e é importante garantir que o seu produto atenda a esses requisitos.

Invista em materiais de alta qualidade e em técnicas de produção eficientes e duráveis. Isso garantirá a satisfação dos clientes e a fidelidade à sua marca. Os seus preços e opções de frete podem ser ótimos, mas a qualidade é o que vai manter o negócio duradouro.

Você pode ter uma estratégia de vendas mais agressiva, por exemplo, mas será que ela vai gerar os retornos no longo prazo se os clientes perceberem que os produtos não têm a qualidade prometida?

Além disso, um cliente insatisfeito com a qualidade de um produto provavelmente não vai retornar para outras compras. E pior: ele ainda pode se tornar um detrator do seu negócio, comentando nas redes sociais ou com amigos e conhecidos suas más impressões.



Tenha uma presença online forte

Uma presença online forte é essencial para criar uma vantagem competitiva na moda atual. Ter um site profissional e uma forte presença nas redes sociais permite que você alcance um público maior e aumente a visibilidade da sua marca.

Além disso, uma presença online forte também permite que você **crie uma comunidade em torno da sua marca e interaja com seus clientes**. Aproveite as redes sociais para se conectar com seus seguidores, responder a perguntas e compartilhar conteúdo relevante.

Faça parcerias estratégicas

Fazer parcerias estratégicas pode ser uma maneira eficaz de criar uma vantagem competitiva na moda. Parcerias com influenciadores, outros designers e marcas complementares podem ajudar a aumentar a visibilidade da sua marca e atrair novos clientes.

Ao escolher uma parceria, certifique-se de que a outra parte tenha valores e objetivos semelhantes aos da sua marca e que a parceria faça sentido para o seu público-alvo.

Aqui, também é preciso ter muito cuidado para evitar que esses parceiros acabem se tornando problemas. Por isso, faça pesquisas detalhadas de quem é o parceiro em potencial e entenda como o seu negócio pode se beneficiar da oferta de valor dessa outra empresa.

Lembrando que a responsabilidade da qualidade desse parceiro é diretamente do seu negócio quando se olha pelo ponto de vista do consumidor final. Sendo assim, é necessário ter um processo bastante cuidado de escolha.

Foque na sustentabilidade

A sustentabilidade é uma tendência crescente na moda e pode ser uma maneira eficaz de criar uma vantagem competitiva. Os consumidores estão cada vez mais conscientes do impacto ambiental e social da moda, e estão buscando marcas que se preocupam com essas questões.

Foque na produção de produtos sustentáveis e adote práticas de produção conscientes. Isso pode incluir o uso de materiais reciclados, técnicas de produção eco-friendly e uma cadeia de fornecimento transparente.

Além de ajudar a potencializar o seu negócio no longo prazo, é uma forma de atrair consumidores que estão preocupados também com questões ambientais, o que abre uma série de oportunidades para o futuro da sua marca.

Tenha uma estratégia de preços competitiva

Por fim, é importante ter uma estratégia de preços competitiva para se manter lucrativo na moda. Encontre um equilíbrio entre preços acessíveis e lucratividade, levando em consideração o valor agregado do seu produto e o posicionamento da sua marca no mercado.

Considere oferecer descontos e promoções para atrair novos clientes e incentivar a fidelidade dos clientes existentes.

Pensando no longo prazo, esse é um dos aspectos mais importantes para ter bons resultados, especialmente com tanta competitividade.

Lembre-se de ter muito cuidado na hora de definir os preços do seu negócio: você precisa ser competitivo, mas não pode simplesmente abrir mão do futuro da sua empresa, certo? Por isso, analise os dados para garantir que você está tomando a melhor decisão possível para o médio e longo prazos.

Olhe o mercado ao redor, busque fornecedores qualificados e com preços atrativos, enfim, encontre estratégias que ajudem a potencializar a sua marca no longo prazo também, não apenas pensando em atrair mais vendas no momento e, depois, prejudicando as suas operações.





Supere expectativas

Outro ponto que não pode ser deixado de lado ao longo desse processo é a busca por oferecer mais do que o esperado. O processo de encantamento dos clientes é um diferencial para que os negócios criem relações mais sólidas com o seu público.

Não faça só o básico: pense em pequenos detalhes que podem fazer uma enorme diferença. De uma carta escrita à mão para agradecer a compra até mesmo uma embalagem que facilite alguma outra tarefa do seu cliente, que faça com que ele sempre se lembre da sua marca.



CONCLUSÃO

Criar uma vantagem competitiva na moda pode ser um desafio, mas com as estratégias certas é possível **se destacar no mercado e manter-se lucrativo**. Saiba qual é o seu nicho, desenvolva um produto exclusivo, invista em marketing, tenha uma forte presença online e foque na qualidade e sustentabilidade.

Além disso, mantenha-se atualizado com as tendências de mercado, faça parcerias estratégicas e tenha uma estratégia de preços competitiva. Com essas dicas, você pode criar uma marca que se diferencie mesmo em um segmento cada vez mais competitivo.

Dentro de todos os pontos que foram abordados, é especialmente crucial acompanhar as mudanças do mercado. Mesmo que os seus resultados sejam bons em um período específico, existem estratégias que vão ajudar você a melhorar o seu desempenho e não perder espaço para concorrência e novos desafios.





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada, desenvolvida com o intuito de **auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Nós estamos em todo o território nacional e contamos com ampla experiência de mercado.

Nossa proposta é construir oportunidades em conjunto, trabalhando com capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade com os empreendimentos. Atuamos nas frentes de **fortalecer o empreendedorismo e de estimular a formalização dos negócios**, com a proposta de criação de soluções construtivas e criativas junto aos empresários.

