

# Lições de Marketing e Vendas no mundo da Moda



Serviço de Apoio às Micro e  
Pequenas Empresas Bahia

# Sumário

Apresentação	3	➤
Análise do Negócio	4	➤
Marketing e Moda: Como atrair clientes?	12	➤
Retenção: Ponto chave	17	➤
Dicas gerais	21	➤
Sobre o Sebrae Bahia	23	➤

# Apresentação

---

O mercado da moda é talvez um dos mais rentáveis do mundo, visto que movimenta milhões em qualquer parte do globo. Boa parte do sucesso do mercado da moda se deve ao comportamento consumista e capitalista de seus clientes que, incentivados pelas constantes novidades nos conceitos das marcas, sempre querem construir um guarda-roupas diferente para cada estação.

Para o mercado da moda dificilmente existe a palavra crise e raramente podemos ver lojas de sucesso fechando por falta de clientela, entretanto, para isso não basta apenas abrir a sua porta no varejo e esperar os interessados chegarem para as compras: existe um grande trabalho de gestão por trás desse sucesso, que é sustentado pelo marketing bem elaborado para essa área de vendas.

Se você está interessado em ingressar no mercado da moda, mas ainda se sente inseguro com esta temática, esse e-book foi feito para você. Vamos trabalhar aqui o conceito de gestão de marketing e vendas para o varejo de moda, para que você aprenda a aplicar essas teorias básicas na sua rotina!

A woman with long dark hair, wearing a blue dress with orange polka dots and a white shoulder bag, is looking at a rack of clothes in a store. The rack has wooden hangers and various items, including a striped tank top and a white top. A semi-transparent blue box is overlaid on the image, containing the text '2. Análise do Negócio'.

## 2. Análise do Negócio

O primeiro passo para uma boa gestão de marketing e vendas no varejo da moda depende de algumas variáveis que precisam ser estudadas. Uma análise do negócio precisa ser bem feita para que você consiga planejar exatamente o que precisa fazer, para ter uma ou várias campanhas de marketing de sucesso. Nesse capítulo você vai aprender exatamente o que deve ser analisado para montar um negócio de moda de sucesso.

## Escolha um ramo no qual você tenha certa experiência

Imagine que você vai abrir um negócio, mas não tem a menor ideia de como ele funciona ou o que você deve comercializar nesse campo? É exatamente assim que você vai se sentir se resolver trabalhar com algo na moda que não tenha a menor afinidade. Não embarque no mercado de lingerie, por exemplo, se você não sabe nem mesmo diferenciar um sutiã comum de um corpete. Escolha, portanto, um ramo que ao menos você se identifica ou gosta, para que sua tarefa no mercado de vendas seja melhor.



## Estude, estude, estude

Não adianta também ter a afinidade com o ramo da moda que você escolheu para trabalhar, se você não tem o mínimo de conhecimento básico sobre negócios, marketing e vendas. Por esse motivo, o segundo passo para abrir sua própria loja é tirar um tempo para estudar. Escolha cursos básicos de administração e negócios para começar a se familiarizar com a rotina de trabalho e com os termos técnicos e depois migre para algum curso complementar de marketing. Dessa maneira você vai compreender melhor como poderá funcionar o seu negócio.



## Desenvolva um plano de negócios convincente

Com as teorias familiarizadas e as ideias fresquinhas na mente, é começada a hora de colocar o seu plano de abrir sua própria loja de varejo de moda em prática. O primeiro passo para que isso aconteça é desenvolver um plano de negócios convincente, para conseguir o seu primeiro empréstimo ou financiamento (ou você está achando que vai ter o dinheiro suficiente para fazer seu negócio girar sem precisar de ajuda?).

**Mesmo que você tenha a possibilidade de desenvolver seus negócios sem precisar de pegar um empréstimo, o plano de negócios também vai lhe ajudar a fazer os investimentos certos e tomar os passos certos rumo ao sucesso. Nunca comece o seu negócio sem ter esse planejamento em mãos.**

## Conheça o seu diferencial

Um bom gestor ou dono de loja de varejo de moda sabe que ter um diferencial é um passo importante para conquistar a clientela e se destacar no mercado. Você precisa conhecer o diferencial do seu negócio (ou pelo menos ter em mente qual será ele quando a loja for inaugurada) para que tenha sucesso na sua nova empreitada.



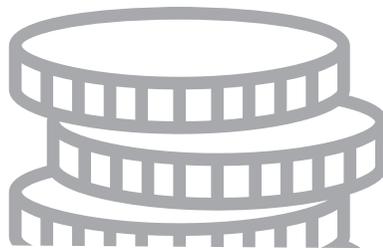
## Conte com a ajuda de especialistas para tocar seu negócio

Uma das grandes falhas de pequenos empreendedores que resolvem se arriscar no mundo da moda é acreditar que não precisam de ajuda para poder fazer seu negócio vingar ao dar os primeiros passos. Por isso converse com pessoas que tem prática na área, consulte contadores e nunca deixe de procurar o apoio de órgãos como o SEBRAE para poder tirar suas dúvidas e evitar falhas comuns de iniciantes nesse mercado.

## Valorize o seu capital de giro

Uma empresa que não tem capital de giro não é nada e, por isso, é tão importante que você aprenda conceitos básicos de gestão financeira para manter seu negócio vivo. O capital de giro é indispensável para que, em momentos de venda baixa, a loja não passe por apertos financeiros e consiga sobreviver até a chegada das épocas de muitas vendas. Empreendedores que optam por esgotar o capital de giro podem colocar em cheque a saúde financeira e a vida de seu negócio.

**Lembre-se que neste setor é comum a frequente compra de novos itens para venda, com o capital comprometido você pode comprometer a chegada de novidades, desmotivar (e até perder clientes que podem procurar nos concorrentes) e perder na movimentação do seu estoque!**



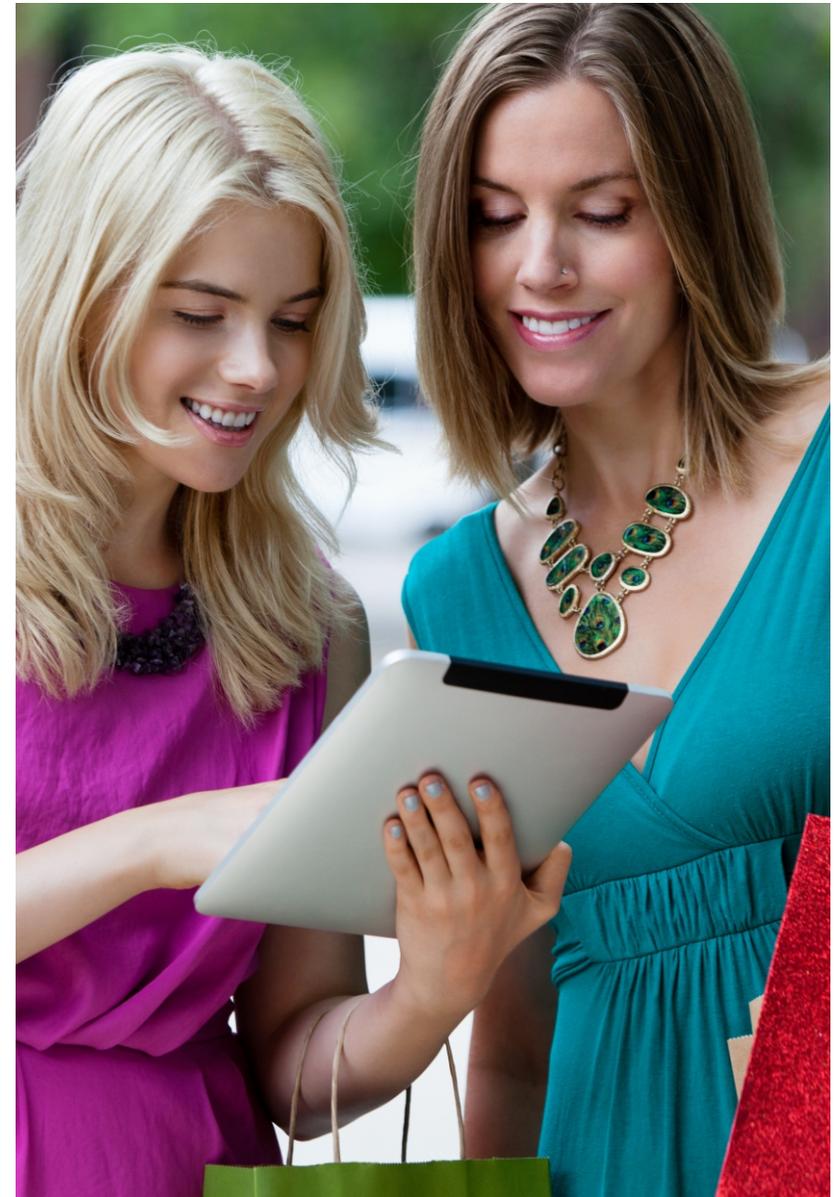
## Tenha um planejamento estratégico

Uma vez que seu negócio foi inaugurado, é chegada a hora de colocar certos conceitos em prática. Um dos primeiros é o planejamento estratégico, onde você vai traçar estratégias que vão permitir alavancar seus negócios - especialmente na área de vendas e marketing (que são essenciais para o sucesso da marca). O planejamento estratégico geralmente é feito visando um ano de funcionamento da loja, sempre sendo revisado e modificado ao final do período planejado.



Tenha em mente que melhorias vão ser indispensáveis

Não adianta pensar que seu negócio vai funcionar da melhor maneira possível após você moldar todo o planejamento estratégico de um ano. Melhorias vão ter que ser realizadas durante o funcionamento de sua loja e muitas estratégias poderão ter que ser repensadas ao longo do ano. Por isso evite ser aquele empreendedor engessado, que não aceita mudar aquilo que já estava programado para ser executado. Uma das principais características de um bom gestor do próprio negócio (independentemente da sua área de atuação) é saber aproveitar esses momentos de adversidade para tornar o seu negócio ainda mais forte.



## Sempre acompanhe os resultados

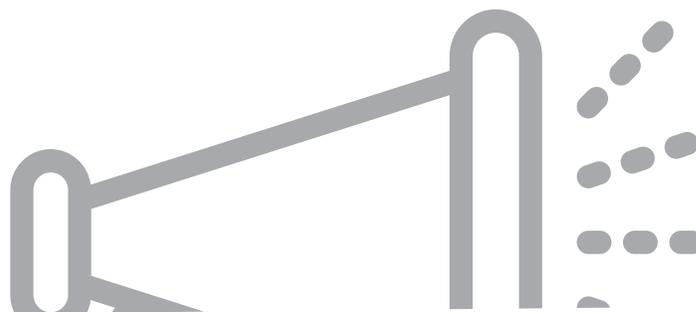
O planejamento estratégico não adianta de nada se você não vai aproveitar os dados colhidos no final do ano para poder acompanhar como foi o seu resultado com relação ao ano anterior. Esse estudo dos dados é importante para saber se seu negócio está funcionando, se está crescendo ou reduzindo e, especialmente, se ele é viável para continuar se mantendo vivo no mercado. Por isso analise detalhadamente seus resultados e nunca ignore o valor que eles tem para o seu negócio.



A man with reddish hair, wearing a blue denim shirt over a green t-shirt, is looking down at a white shirt he is holding in a clothing store. The store is filled with various shirts on hangers and mannequins. The background is slightly blurred, showing more clothing and store fixtures.

### 3. Marketing e Moda: Como atrair clientes?

E o que seria do seu negócio de moda sem o marketing? Você pode ter certeza absoluta de que o sucesso seria muito mais difícil de alcançar sem uma estratégia completa de marketing para alavancar as vendas da sua loja. Se você parar para perceber, todas as grandes marcas do mercado de varejo de moda tem como uma de suas principais características um marketing muito forte por trás de seu negócio. Mesmo para as marcas pequenas e que ainda estão procurando seu espaço no mercado, estratégias simples de atração do cliente podem ajudar a garantir mais vendas para o negócio. Nesse capítulo do e-book você vai conhecer algumas estratégias simples de marketing que vão fazer a diferença para quem está precisando alavancar as vendas!



Tenha uma vitrine atraente e um layout de acordo com as características da sua marca

Tenha uma vitrine atrativa, iluminada e de acordo com o perfil da marca.

Uma vitrine bem pensada pode ser responsável por até 80% da decisão de compra. Ela é uma amostra do que o cliente pode encontrar na sua loja e deve ser uma forma fácil do cliente encontrar, escolher e ver os produtos que estão na moda, os produtos que possam lhe causar desejo. Programe-se para atualizar a sua vitrine com frequência, mostrando que sua loja tem chegado novidades e já dando novas opções aos clientes que a visualizam.



É interessante também apresentar os valores de alguns itens para poder informar o possível comprador sobre os preços praticados no seu estabelecimento. Da mesma forma, seu layout interno precisa ser organizado e bem estruturado.

Algumas dicas:

- Use temáticas para a sua vitrine, seja por estação do ano, data comemorativa etc;
- Você pode optar por elementos ou texturas para mudar um pouco o cenário de exposição dos produtos, mas não abuse e nem permita que isso atrapalhe a movimentação dos clientes na loja;
- Lembre-se do público infantil! Se trabalhar com produtos para esse público, lembre-se de cativar e conquistar também os pais e se trabalhar com produtos para pais, considere a possibilidade de um espaço para entreter as crianças enquanto os pais compram.

Mantenha-se sempre ligado às tendências mundiais

Talvez uma das estratégias de marketing mais importantes para o mercado de moda é, exatamente, seguir as tendências mundiais para essa área. Na era da informação, é mais fácil estar antenado com o mercado fashion. Assim, busque conhecer quais são as tendências e novidades e sempre considerar quem é o seu público consumidor nas suas ações.

### As redes sociais são aliadas que vieram para ficar

Para as lojas pequenas que ainda estão buscando espaço no mercado do varejo de moda, nenhum aliado é melhor do que as redes sociais para sua estratégia de marketing. As redes sociais permitiram que muitas marcas pequenas conseguissem se transformar em referência no mercado simplesmente por oferecer conteúdo de qualidade (seja em formato de texto, como de imagem) para quem estivesse interessado em explorar o seu negócio. O Instagram é, provavelmente, a rede social mais importante para a moda, já que trabalha exclusivamente com imagens, entretanto os blogs e o Facebook tem conquistado seu espaço na estratégia de várias lojas de varejo, devido a sua ótima possibilidade de interagir e se aproximar do cliente.

### Contratação de serviço específico de marketing digital

É claro que, por não ser uma marca tão grande no mercado, sua loja de varejo que ainda está começando a aparecer e fazer sucesso com a clientela, não vai conseguir conquistar grandes agências de publicidade para fazer propagandas na TV ou no rádio com personalidades que podem gerar algum efeito no público consumidor. Apesar disso, contratar uma boa agência de marketing digital é uma ótima ideia de fazer o uso correto da internet e das redes sociais à seu favor, fazendo girar melhor a sua publicação de conteúdos relevantes para possíveis leitores e transformando-os em um potencial cliente no futuro.



## 4. Retenção: Ponto Chave

Não adianta ter a melhor estratégia de marketing do mundo e o melhor planejamento de negócios se você falha em um dos pontos chave do sucesso da sua loja no varejo de moda: a retenção de seus clientes. Um cliente que compra uma única vez na sua loja tem o mesmo valor daquele que nunca compra, visto que ele não vai gerar um rendimento contínuo para o seu negócio. Por esse motivo o segredo do sucesso é saber conquistar o cliente, para dessa maneira garantir sua retenção. Nesse capítulo você vai descobrir algumas estratégias para fazer isso acontecer. Confira!

### Tenha um planejamento de conquista à longo prazo

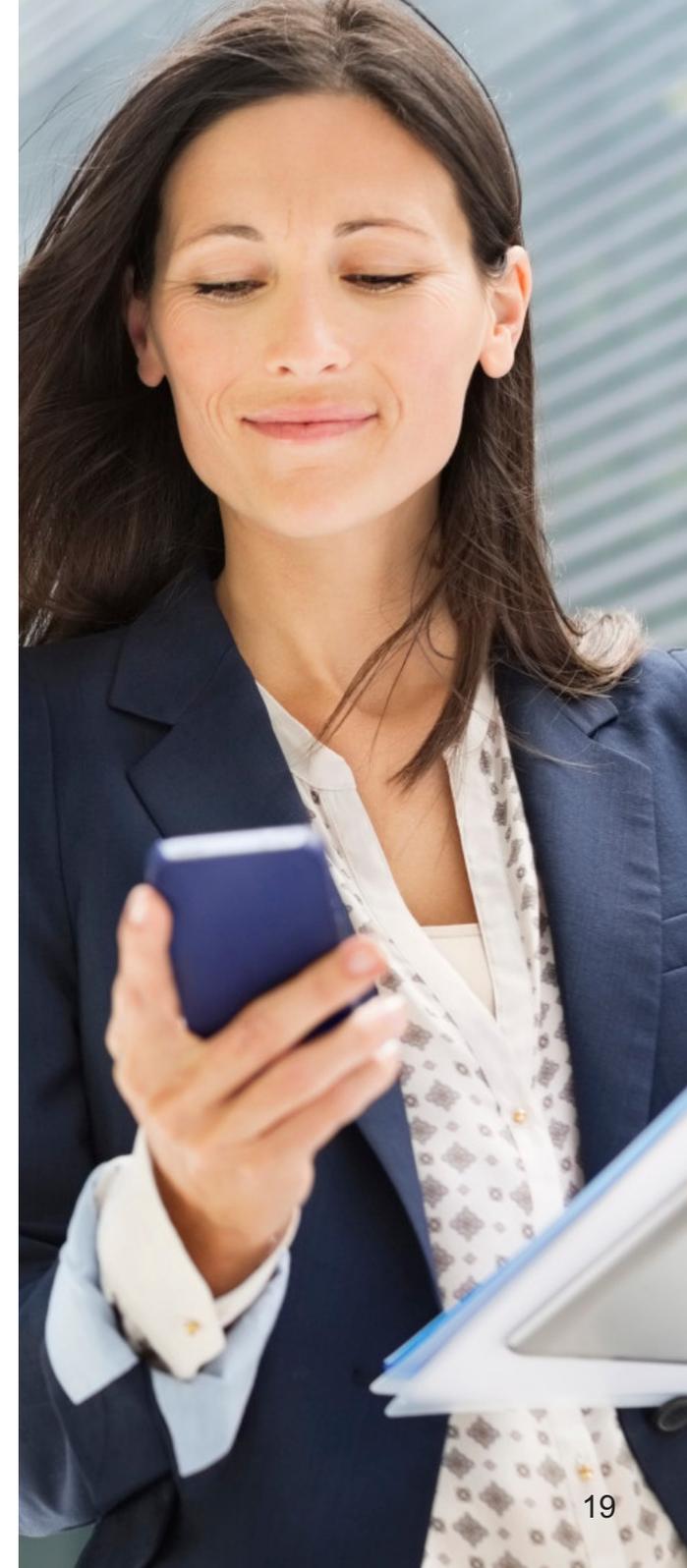
Ter uma cartela de clientes fiel é tão trabalhoso quanto manter um relacionamento amoroso com a chama acesa por um longo tempo. É preciso se planejar e dedicar tempo para poder manter seus clientes sempre interessados em comprar com você, por isso é interessante traçar quais serão suas ações mensais para manter essa “chama” do relacionamento entre você e sua clientela sempre viva e atraente.

### Conheça seu público alvo

Não adianta de nada ter um planejamento perfeito de engajamento e conquista do cliente se você não conhece o público que pretende atingir. Toda loja de varejo de moda tem um cliente que considera ideal, ou que se encaixa perfeitamente nos perfis dos produtos da empresa e é exatamente esse exemplo de pessoa que você precisa sempre pensar em agradar. Essa definição de cliente perfeito é chamada de “persona” no marketing e é possível sim ter mais de uma persona para o seu negócio. O importante é que, nesses casos, você pense em estratégias e campanhas diferentes de marketing e retenção para atender a cada uma delas.

### Conheça também o mercado e os seus concorrentes

Você está perdendo muitos clientes nos últimos meses e não sabe o porquê? Talvez seja interessante dar uma conferida na concorrência. Saber o que o mercado está demandando e o que seus concorrentes de sucesso estão fazendo, é uma maneira também de trabalhar na retenção de seus clientes, visto que você vai mudar estratégias e planejamentos para agradar ainda mais a sua “persona”.



### Lembre-se das datas importantes

Aniversários, Natal, Páscoa, eventos de final de ano. Qualquer data que é considerada importante por você, também será importante para o seu cliente. Lembre-se, o cliente gosta de saber que você está lembrando dele, por isso tire um tempo para mandar nem que seja apenas um cartão de lembrança, para que ele saiba que, até mesmo nessas datas, você está pensando em fazê-lo feliz.

### Saiba reconhecer suas falhas

Não existe atitude mais condenável para uma marca (especialmente de roupas) do que não reconhecer suas falhas e desrespeitar o consumidor. Falhas acontecem sim e, eventualmente, você precisará aprender a lidar com elas. Por isso faça um trabalho importante com sua equipe de marketing (especialmente nas redes sociais), para poder saber lidar com o cliente até mesmo nesses momentos difíceis. Acredite, quando você se sai bem de uma situação complicada como uma falha com um cliente, a chance de sua marca ganhar uma reputação positiva é muito grande!

A photograph of a modern clothing store interior. The room features a wooden floor with a light-colored wood grain pattern. In the foreground, a clothing rack is filled with various items, including shirts and sweaters, hanging on wooden hangers. The background shows a dark wooden counter or reception desk, a red chair, and a framed picture on the wall. A large, semi-transparent red rectangular overlay is positioned in the center of the image, containing the text "5. Dicas gerais" in white. The lighting is warm and focused, highlighting the textures of the wood and the clothing.

## 5. Dicas gerais

Para finalizar esse e-book, gostaríamos de compartilhar algumas informações que, para nós, são essenciais para que seu trabalho de marketing e vendas no varejo de moda seja de grande sucesso:

- É importante lembrar que, assim como qualquer outra ciência, o marketing demanda tempo para apresentar resultados positivos e, por isso, é preciso que você tenha paciência e saiba analisar todos os dados para dar os passos certos no seu futuro. Não seja imediatista;
- Nunca subestime o seu cliente. Ele sabe exatamente o que você pretende fazer com as suas estratégias de marketing, por esse motivo é tão importante que você use elas a favor do desenvolvimento de um relacionamento saudável entre vocês;
- Valorize a política da informação e não a da venda por insistência. Hoje o cliente sabe escolher a marca que se preocupa em ser referência no mercado e não somente um ponto de vendas na rua.

**Esperamos que, com a ajuda desse conteúdo, a sua tarefa de gerir a área de marketing e vendas de sua loja de varejo de moda tenha se tornado mais fácil. Tire bastante proveito das informações repassadas aqui e garanta o sucesso do seu negócio nesse mercado tão rentável em terras brasileiras!**

# Sobre o Sebrae Bahia

---

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é um entidade privada sem fins lucrativos, que conta com uma rede de quase 700 pontos de atendimento presencial em todo o Brasil, sendo 31 somente na Bahia. Com o apoio e a orientação do Sebrae, as micro e pequenas empresas se fortalecem e geram mais empregos e renda para todo o Brasil.

O Sebrae na Bahia foi concebido para apoiar e fomentar a criação, a expansão e a modernização das micro e pequenas empresas do Estado, capacitando-as para cumprir, eficazmente, o seu papel no processo de desenvolvimento econômico e social. Para facilitar o atendimento em diversas regiões do estado, foram inauguradas diversas unidades de atendimento.

Desta forma, o Sebrae na Bahia fica ainda mais próximo de seus clientes, oferecendo soluções em educação, consultoria, acesso ao crédito e ao mercado, além de incentivar a abertura de novos pequenos negócios e a qualificação das empresas já existentes. Tudo para fomentar o progresso econômico e social do povo.

Mais conteúdo aqui:

[www.ba.sebrae.com.br](http://www.ba.sebrae.com.br) **0800 570 0800**



SebraeBahia