



VAREJO DE MODA

MODA ÍNTIMA DIFERENCIADA

Dama de Seda, de Juruáia/MG, apostou em um nicho de mercado específico

A Dama de Seda existe há dois anos e, da mesma forma como acontece com muitos brasileiros, as sócias decidiram abrir seu próprio negócio quando se viram desempregadas e com uma enorme vontade de empreender. A ideia de trabalhar com *lingeries* para o público *plus size* surgiu por meio de muita pesquisa e identificação com o segmento, já que ambas tinham experiência com moda. A empresa deu certo porque as sócias Simone Rolnik e Ana Lúcia Dauksys investiram em peças diferenciadas e de qualidade, conquistando clientes que sentiam carência nesse mercado.



Optamos por fazer algo novo, que o mercado ainda não tinha feito. São lingerie diferenciadas, com cores, pedrarias, rendas importadas, acessórios banhados em ouro... Tudo que o público plus size desejava e que nenhuma marca havia feito.



Simone Rolnik, diretora comercial, em entrevista ao Sistema de Inteligência de Mercado.



Deu certo!

As sócias possuem experiências complementares. Simone é engenheira civil, pós-graduada em Marketing e já atuou como gerente comercial em grandes empresas de moda. Ana Lúcia é secretária executiva de formação, porém, aprendeu com seu pai - alfaiate, modelista e professor de modelagem - a arte de desenvolver produtos. A empresa, mesmo com pouco tempo de mercado, é referência no setor *plus size* e conta com quase 100% de aprovação de seus produtos. Sua localização, na cidade de Juruáia/MG, se deu por conta da farta mão de obra local e por ser um polo de vendas de *lingerie*.

Comercialização

A marca trabalha com venda por atacado e optou por não vender para o consumidor final para não concorrer com seus clientes varejistas. A Dama de Seda tem uma [loja virtual](#) e trabalha com pedido mínimo de R\$ 500. O universo *online* é muito forte nesse segmento, pois as clientes evitam comprar em lojas físicas para não passar por possíveis constrangimentos, principalmente quando não existe a numeração ideal para elas. Hoje, cerca de 50% dos pagamentos são feitos por meios eletrônicos.



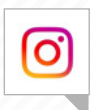
Estratégias online e suas vantagens

Investir em estratégias *online* é crucial hoje em dia, especialmente para empresas do segmento de moda. A Dama de Seda consegue explorar os meios eletrônicos com bastante propriedade. Entenda como a marca está inserida no mundo virtual:



Site

O [site](#), além de mostrar as coleções da marca, apresenta a tabela de medidas das peças e direciona para a loja virtual, onde os clientes podem fazer compras com praticidade.



Instagram

O [Instagram](#) tem uma linguagem mais direta e apresenta imagens de coleções, desfiles, bastidores e até mesmo ilustrações de personagens curvilíneas, buscando maior aproximação com o público-alvo.



Blogueiras

A Dama de Seda tem bom relacionamento com blogueiras e enxerga nelas uma ótima oportunidade de divulgação da marca. Em determinada ocasião, a empresa ofereceu um coquetel exclusivo para blogueiras em uma loja física do bairro Jardins, em São Paulo/SP, e apresentou a nova coleção de lingerie, presenteando cada convidada com um conjunto da marca. **Ações como essa mostram que a empresa tem visão estratégica.**



Google

Por meio da ferramenta [AdWords](#), do Google, a Dama de Seda realiza a divulgação da marca, porém, considera que essa não é a estratégia que mais lhe dá retorno.



Facebook

Por meio da [Fan Page](#), a marca também investe na divulgação pelo Facebook. **O investimento nessa plataforma gira em torno de R\$ 500 por mês e o retorno é bastante satisfatório.**

Desenvolvimento das peças

Para criar os produtos, a empresa busca inspiração no mercado internacional de moda e consegue disseminar aos clientes sua própria identidade, ou seja, os consumidores reconhecem que a *lingerie* é *Dama de Seda* devido à qualidade, ao design e aos materiais diferenciados. A produção é terceirizada, e isso permite que a quantidade seja adaptada de acordo com a necessidade e a sazonalidade, evitando custos fixos elevados.



“

Estamos bem posicionadas nas redes sociais. Em menos de dois anos conquistamos milhares de seguidores, muito além de marcas que já estão há anos no mercado. E estamos aumentando diariamente o número de seguidores.

”

Simone Rolnik, diretora comercial, em entrevista ao Sistema de Inteligência de Mercado.

Desfiles

A *Dama de Seda* participou da [Feira do Empreendedor 2016](#), promovida pelo Sebrae/SP. A oportunidade surgiu por meio de uma blogueira e permitiu que a empresa fizesse contatos importantes, passando credibilidade aos clientes. No evento, a marca participou de um desfile *plus size*, o que também ocorreu no [Fashion Week Plus Size](#). Para gerar mais interesse da mídia, as empresárias adicionam acessórios como plumas, robes e arranjos de cabelo nas modelos. **É necessário ficar atento a oportunidades como essas. No segmento de moda, os desfiles são importantes para divulgar as coleções.**

Relacionamento com o Sebrae e planos para o futuro

A empresa iniciou um relacionamento com o Sebrae há pouco tempo e acredita que isso vai facilitar ainda mais a conquista dos seus próximos objetivos:



Fortalecimento do segmento *plus size*

orientando outros empreendedores sobre o crescimento desse mercado. Dessa forma, a marca pode se beneficiar com novos clientes varejistas.



Exportação

a marca tem muito interesse em exportar e deve receber orientações para isso. Outros órgãos que podem ser consultados para exportação são a [Abit](#) e a [TexBrasil](#).



Participação em feiras

com o apoio do Sebrae, podem surgir oportunidades em feiras nacionais e internacionais.



Divulgação e marketing

o Sebrae também oferece apoio para identificar melhorias no negócio, oferecendo soluções para aumentar a visibilidade da marca e fidelizar clientes.



Novos pontos de venda

algumas informações fornecidas pelo Sebrae podem contribuir para a expansão do negócio. Lojas físicas e especializadas no mercado *plus size* estão entre os planos da Dama de Seda.

Dicas da empresária



Tenha contato direto com clientes, vendedores e consumidores. Ouça as críticas e implemente melhorias a partir delas.



Faça campanhas promocionais para movimentar o negócio.



Faça um bom planejamento e tenha equilíbrio nas suas decisões! Em momentos de instabilidade econômica, isso é fundamental.



Pesquise bastante os fornecedores! Há muita diferença de preço em materiais similares.

Fonte: Simone Rolnik, em entrevista ao Sistema de Inteligência de Mercado. 2016.



FICHA TÉCNICA

EMPRESA: [DAMA DE SEDA](#) / CONTATO: (35) 3553-1404 OU (11) 9 9608-0107 / LOCALIZAÇÃO: RUA JAIRO DOMINGUES SIQUEIRA, 347 A - CENTRO - JURUAIA/ MG - CEP: 37805-000


CASO DE SUCESSO
JUNHO | 2016

SEBRAE
0800 570 0800

 **SEBRAE SIM**
Inteligência de Mercados

Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros
Gerentes: **Alexandre Comin** e **Patrícia Mayana** (adjunta)
Analista técnico: **Valéria Vidal**, **Lúcio Pires** e **José Weverton**
Consultores Conteudista: **Renata Magalhães**
Unidade de Atendimento Setorial Comércio
Gerentes: **Juarez de Paula** e **Ricardo Vilella** (adjunto)
Coordenadora Nacional/Varejo de Moda: **Wilsa Sette**