

GESTÃO DE NEGÓCIOS DE MODA

CALINE MIGLIATO



escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

INTRODUÇÃO

CALINE MIGLIATO

- Mestre em Gestão de Negócios (FIA), pós-graduada em Jornalismo de Moda (UFV, Madri), graduada em Comunicação Social - Jornalismo (PUC-Campinas) e certificada Scrum Product Owner (Scrum Alliance).
- Morei dois anos na Espanha, onde trabalhei para as edições espanholas das revistas VOGUE e InStyle e como diretora de comunicação da marca Delpozo. De volta ao Brasil, atuei no Grupo Estado e nas revistas Manequim e Glamour. Durante quatro anos trabalhei como gerente de marketing de conteúdo no Dafiti Group.



MERCADO DE MODA

- Você sabia que o Brasil tem a **maior cadeia têxtil completa do Ocidente**: só nosso país tem desde a produção das fibras, como plantação de algodão, até os desfiles de moda, passando por fiações, tecelagens, beneficiadoras, confecções e forte varejo.
- A indústria da moda é a **segunda maior empregadora** da indústria de transformação e a **segunda maior geradora do primeiro emprego**.
- O Brasil é o **quarto maior produtor e consumidor de denim** do mundo. São 25,5 mil empresas em todo o país. O faturamento da cadeia têxtil e de confecção é de 47,1 bilhões de dólares.

VOCÊ, PROFISSIONAL

Você estará apto a

- Elaborar um plano de negócios para obter uma visão holística do negócio para que consiga trabalhar de maneira transversal com todas as áreas da empresa.
- Compreender como elaborar um planejamento estratégico de marketing e comunicação de moda para aplicar na empresa onde trabalha ou no seu próprio negócio.

Para quem

- Já trabalha com moda, quer ampliar seus conhecimentos ou trabalhar em uma área diferente da empresa;
- Ainda não trabalha com moda e tem o sonho de atuar na área. ;)

MÓDULOS DO CURSO

1. O Panorama da Moda;
2. Tendências e Inovações no Mercado de Moda;
3. Business Model Canvas;
4. Público-alvo e Segmentação de Mercado;
5. Consumidor e Comportamento de Compra;
6. Proposta de Valor;
7. Planejamento Estratégico para Moda
8. Prestação de Serviços e Produtos de Moda;
9. Comprador de moda
10. Varejo de Moda;
11. E-commerce de Moda;
12. Introdução ao Marketing;
13. Marketing no Digital;
14. Marketing de Conteúdo;
15. Marketing de Experiência;
16. Branding para Moda;
17. Estratégia de Comunicação;
18. Relações Públicas;
19. SAC 2.0;
20. Finanças para Negócios;
21. Gestão de Projetos Ágeis;
22. Planejamento de Carreira em Moda.

ESTRUTURA DO CURSO

1. **Panorama da Moda:** entender o conceito de moda, como a indústria da moda funciona, desenvolvimento de coleções e cadeia produtiva.
2. **Tendências e Inovações no Mercado de Moda:** compreender o cenário tanto no Brasil quanto no exterior.
3. **Business Model Canvas:** como desenvolver um modelo de negócio a partir do Business Model Canvas.
4. **Público-alvo e Segmentação de Mercado:** como definir seu público-alvo, construir a buyer persona e segmentar níveis diferentes de clientes.

ESTRUTURA DO CURSO

5. **Consumidor e Comportamento de Compra:** compreender os elementos que influenciam o consumidor na hora da compra.
6. **Proposta de Valor:** como desenhar a proposta de valor de sua marca para que ela se diferencie da concorrência.
7. **Planejamento Estratégico para Moda:** compreender o conceito de planejamento estratégico, como obter vantagem competitiva e definição do posicionamento estratégico da empresa.
8. **Prestação de Serviços e Produtos de Moda:** como definir os produtos e serviços de moda que fazem sentido para a proposta de valor e público-alvo.

ESTRUTURA DO CURSO

- 9. **Comprador de Moda:** compreender o trabalho da pessoa responsável por fazer a seleção das peças que irá compor o mix de produtos.
- 10. **Varejo de Moda:** compreender como o varejo de moda on e off-line funciona e como proporcionar experiências memoráveis para o cliente na hora de comprar. Vamos abordar também o conceito de visual merchandising.
- 11. **E-commerce de Moda:** compreender como está organizada a estrutura de um e-commerce, desde a plataforma até operações e logística.
- 12. **Introdução ao Marketing:** abordar o mix de marketing: 4ps e 4 Cs e como elaborar um planejamento de marketing.

ESTRUTURA DO CURSO

- 13. **Marketing no Digital**: compreender a evolução do marketing tradicional ao marketing no digital com destaque para os canais digitais.
- 14. **Marketing de Conteúdo**: compreender os principais conceitos e como elaborar uma estratégia eficaz para gerar engajamento.
- 15. **Marketing de Experiência**: compreender o conceito de marketing de experiência e como inovar na oferta de experiência para o cliente.
- 16. **Branding para Moda**: compreender os principais conceitos e como elaborar um projeto de branding que traduza a essência da sua marca.
- 17. **Estratégia de Comunicação**: entender os principais canais de comunicação on e off-line e como elaborar a melhor estratégia de comunicação.

ESTRUTURA DO CURSO

- 18. **Relações Públicas**: como elaborar uma estratégia de PR eficiente e como gerenciar uma crise de imagem.
- 19. **SAC 2.0**: como construir uma relação com os consumidores por meio do SAC em diferentes canais de comunicação
- 20. **Finanças para Negócios**: como organizar custos e receitas para uma gestão saudável da sua empresa.
- 21. **Gestão de Projetos Ágeis**: compreender o conceito do ágil e como desenvolver projetos utilizando o mindset da startup enxuta.
- 22. **Planejamento de Carreira em Moda**: como elaborar uma estratégia e planejar sua carreira no curto e médio prazo para quem quer abrir seu próprio negócio ou trabalhar em um setor da moda.

PROJETO FINAL

- Elaborar um **Plano de Negócios** ou a proposta de um **novo produto ou serviço** para sua marca ou para a empresa onde você trabalha.

