

Plano de Negócios

**MODAVISTA
- CLOTHING
STORE**



Alexandre miguel Santos Serra

11E2.º Z, N.2º

Ilhavo 08-05-2023

Orientado pelo Professor Sérgio Heleno

Índice

1	<i>Nome da Startup</i>	4
2	<i>Ideia/Modelo de negócio</i>	4
3	<i>Segmento de Clientes</i>	4
4	<i>Missão</i>	4
5	<i>Finanças/Recursos Necessários</i>	4
6	<i>Localização da startup</i>	4
7	<i>Aspectos Legais</i>	4
8	<i>Análise SWOT</i>	5
9	<i>Logotipo</i>	5
10	<i>Cartão de visita</i>	5
11	<i>Estrutura organizacional</i>	5
12	<i>Plano de marketing</i>	5
13	<i>Conclusão</i>	5

1 Nome da Startup

ModaVista

2 Ideia/Modelo de negócio

Venda de roupa

3 Segmento de Clientes

Ex: HOMens e mulheres de uma idade mais jovem interessada em estilo street

4 Missão

Qual a razão de existir do Negócio? Para que serve?

Ex: partilhar a nossa loja com os adolescentes

Finanças/Recursos Necessários

Ver ficheiro em [educar321](#)

Descrever recursos e infraestrutura básica para operacionalizar o negócio, desde máquinas e equipamentos, serviços de terceiros e infraestrutura geral.

5 Localização da startup

Aveiro

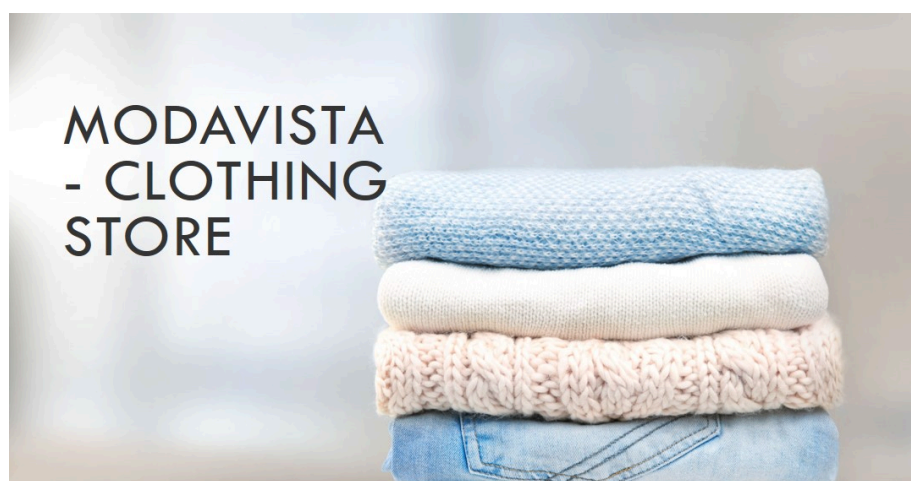
6 Aspectos Legais

Limitações ou facilitações que os aspectos legais impõem sobre o seu negócio, incluindo regulamentação ou legislação que o negócio está sujeito.

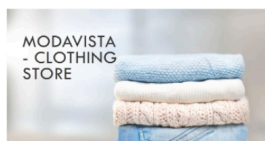
7 Análise SWOT



8 Logotipo

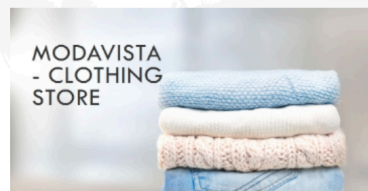


9 Cartão de visita



Alexandre Serra

<https://as1337.blogspot.com/>



<https://as1337.blogspot.com/>

10 Panfleto



11 Estrutura organizacional

Diretor Executivo:

Responsável pela visão geral da empresa e pela tomada de decisões estratégicas.

Supervisiona todas as operações e departamentos.

Departamento de Design e Desenvolvimento:

Diretor de Design:

Responsável pela criação e desenvolvimento de novos produtos.

Coordena equipes de design e pesquisa de mercado.

Designers de Moda:

Criam designs inovadores e atraentes para as roupas da empresa.

Trabalham em estreita colaboração com os fornecedores de tecido e fabricantes.

Equipe de Desenvolvimento de Produtos:

Transforma os designs em produtos reais.

Gerencia a prototipagem, amostragem e ajustes necessários.

Departamento de Produção:

Gerente de Produção:

Supervisiona todas as atividades de produção.

Garante que os produtos sejam fabricados dentro dos prazos e padrões de qualidade.

Equipe de Corte e Costura:

Responsável por cortar e costurar as peças de roupa.

Garante a qualidade e precisão nas etapas de produção.

Equipe de Acabamento:

Realiza os ajustes finais e os acabamentos nas roupas.

Verifica a qualidade e a estética dos produtos acabados.

Departamento de Marketing e Vendas:

Gerente de Marketing:

Desenvolve estratégias de marketing para promover a marca e os produtos.

Coordena as campanhas de publicidade e promoção.

Equipe de Marketing Digital:

Responsável pela presença online da empresa.

Gerencia o website, as redes sociais e outras plataformas de e-commerce.

Equipe de Vendas:

Lida com os clientes e realiza vendas diretas.

Pode incluir representantes de vendas, atendentes de lojas e equipe de atendimento ao cliente.

Departamento de Operações:

Gerente de Operações:

Supervisiona as operações diárias da empresa.

Garante a eficiência e o cumprimento dos prazos de produção e entrega.

Gerente de Suprimentos:

Responsável por garantir o abastecimento de matéria-prima e outros recursos necessários.

Gerencia os relacionamentos com fornecedores.

Equipe de Logística:

Cuida do transporte, armazenamento e distribuição dos produtos acabados.

Coordena a logística de suprimentos e materiais.

Departamento Financeiro:

Gerente Financeiro:

Responsável pela gestão financeira da empresa.

Supervisiona as atividades contábeis, orçamentárias e de relatórios financeiros.

Equipe de Contabilidade:

Realiza tarefas contábeis, incluindo registro de transações, folha de pagamento e

impostos.

Analistas Financeiros:

Monitoram as métricas financeiras e fornecem análises para suportar as decisões estratégicas

12 Plano de marketing

Análise da Situação

Analise o mercado de roupas, identificando tendências, concorrentes, oportunidades e ameaças.

Avalie o público-alvo, seus hábitos de compra, preferências e necessidades.

Analise a imagem atual da marca, sua reputação e posicionamento no mercado.

Definição de Objetivos

Estabeleça metas de curto e longo prazo para o plano de marketing.

Exemplos de objetivos: aumentar as vendas em X% no próximo trimestre, expandir a presença online, melhorar o reconhecimento da marca, etc.

Segmentação e Posicionamento

Identifique segmentos de mercado específicos com base em características demográficas, comportamentais ou psicográficas.

Defina a proposta de valor da sua empresa, destacando os diferenciais competitivos em relação aos concorrentes.

Estratégias de Marketing

Produto:

Desenvolva uma linha de produtos atraente e alinhada com as necessidades e preferências do seu público-alvo.

Foque em qualidade, design diferenciado e variedade de estilos para atrair diferentes segmentos de mercado.

Preço:

Estabeleça estratégias de preços competitivos, considerando os custos de produção, margens de lucro e a percepção de valor pelos clientes.

Ofereça promoções sazonais, descontos especiais e programas de fidelidade para incentivar a compra.

Praça:

Determine os canais de distribuição mais eficazes, como lojas físicas, e-commerce, marketplaces ou parcerias com varejistas.

Garanta uma presença online forte, com um site atrativo, otimizado para dispositivos móveis e uma estratégia de SEO.

Promoção:

Desenvolva uma estratégia de comunicação integrada, incluindo publicidade, relações públicas, marketing digital e eventos.

Utilize mídias sociais, influenciadores, campanhas de e-mail marketing e anúncios online para alcançar seu público-alvo.

Crie conteúdo relevante, como blogs e vídeos, para educar, inspirar e engajar os consumidores.

Orçamento e Cronograma

Estabeleça um orçamento de marketing com base nas suas metas e prioridades.

Divida o orçamento por atividades de marketing, como publicidade, eventos, materiais promocionais, etc.

Crie um cronograma detalhado com as datas de implementação das estratégias e ações de marketing.

Avaliação e Controle

Defina métricas de desempenho para avaliar o sucesso das estratégias e ações de marketing.

Monitore regularmente os resultados, como vendas, tráfego do site, engajamento nas redes sociais, etc.

Faça ajustes no plano de marketing com base nos insights obtidos, buscando maximizar os resultados.

13 Conclusão

A conclusão para uma empresa de negócios sobre roupas é que o setor da moda é dinâmico e altamente competitivo. Para alcançar o sucesso nesse mercado, é essencial ter uma abordagem estratégica e diferenciada. O foco na qualidade, design, inovação e atendimento ao cliente são aspectos fundamentais para se destacar da concorrência.

Além disso, é importante estar atento às tendências do mercado e às preferências do público-alvo. O desenvolvimento de uma marca forte, com uma identidade única e uma proposta de valor clara, ajudará a construir a confiança dos consumidores e a criar lealdade à marca.

Investir em marketing e comunicação eficazes é essencial para promover os produtos, aumentar a visibilidade da marca e atrair clientes. Isso envolve a utilização de estratégias de marketing digital, como presença online forte, campanhas publicitárias criativas e engajamento nas redes sociais.

Por fim, é fundamental manter um controle financeiro adequado, gerenciar eficientemente a cadeia de suprimentos e buscar constantemente a inovação e a melhoria contínua.

Com uma abordagem estratégica, um foco no cliente e uma execução eficiente, uma empresa de negócios no setor de roupas tem grandes oportunidades de sucesso em um mercado em constante evolução.