

Ipsos FASHION BRANDS RADAR 2018

ESTUDO
SINDICALIZADO
OUTUBRO '18

*Como aumentar o desejo pela
sua marca e promover
crescimento sustentável no
varejo de moda?*

Muito prazer, somos a Ipsos!

Somos a maior empresa independente de pesquisa de mercado do mundo, uma família presente em 89 países. Estamos há mais de 20 anos no Brasil, imersos nessa apaixonante profusão cultural que é o brasileiro.

Somos curiosos, apaixonados por entender as pessoas, as marcas e os mercados para oferecer as melhores soluções e ajudar marcas e consumidores a se conectarem cada vez mais, de maneira mais verdadeira.

Nosso cliente vem sempre primeiro: é nosso prazer e nosso desafio!

<https://www.ipsos.com/pt-br>

Ipsos
FASHION
BRANDS
RADAR
2018



Temos acompanhado o seu mercado e sabemos que os desafios são grandes!

VAREJO



Gestão de estoque é um dos desafios do setor

Mudança no hábito do consumidor com a crise acentua dificuldade do varejo em acertar quantidade ideal de produtos nas gôndolas. Alimentos é o segmento mais suscetível à ruptura.

Varejo de moda pode perder vendas em razão de baixo estoque no fim de ano

https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2018/09/28/internas_economia,992643/varejo-de-moda-pode-perder-vendas-em-razao-de-baixo-estoque-no-fim-de.shtml

A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL É FERRAMENTA PARA A SUSTENTABILIDADE DA MODA

Por: **Camila Mendonça** 2 semanas atrás



Em palestra no segundo dia do BR Week 2018, Thomas Tochtermann, especialista em fast fashion, explicou por que a indústria fashion precisa mudar agora

Harvard
Business
Review
BRASIL

A moda saiu de moda?

IED apresenta

1 de setembro de 2017

Em tempos de cobertor curto

Segmento têxtil e de vestuário manteve-se estagnado em 2016, mas a expectativa para este ano é de melhora

Jussara Maturro - 15/10/2018

VAREJO DE MODA DÁ UM SALTO EM AGOSTO

Foi a atividade do comércio que mais cresceu em volume de vendas e receita nominal no mês, mostra IBGE

E que saber ouvir e acompanhar as demandas do mercado é essencial para evoluir!

Brechós de luxo ganham força com moda da economia compartilhada

<https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2018/10/brechos-de-luxo-ganham-forca-com-moda-da-economia-compartilhada.shtml>

VAREJO Edição impressa de 10/10/2018. Alterada em 09/10 às 22h19min
Prêmio destaca ações de sustentabilidade na moda

https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/economia/2018/10/652018-premio-destaca-acoes-de-sustentabilidade-na-moda.html

Hering inaugura loja com tecnologia que promete elevar seu patamar no varejo

<https://www.infomoney.com.br/ciahering/noticia/7710938/hering-inaugura-loja-com-tecnologia-que-promete-elevar-seu-patamar-no-varejo>

78% das compras de e-commerce no Brasil são ligadas a moda

<http://www.decisionreport.com.br/varejo/78-das-compras-de-e-commerce-no-brasil-sao-ligadas-a-moda/#.W85G-HtKi1s>

MODA

As vendas de brechós vão superar as fast-fashion

TIME MODICES - 14/05/2018 17 1 Curtir 93

NEGÓCIOS

Quem faz sua roupa? Nasce o 1º índice de transparência da moda no Brasil

*O que o nosso estudo propõe é algo
que independe das tendências:*

**entender as marcas
sob o ponto de vista
do seu consumidor**

As principais perguntas que iremos responder nesse estudo:

ENGAJAMENTO COM O CONSUMIDOR

Qual o nível de conhecimento espontâneo e estimulado das marcas de varejo de moda?

Como está o funil de engajamento das marcas da categoria e em qual etapa do processo de decisão devemos fortalecer nossas ações de marketing?

IMAGEM DE MARCA

Como as marcas são percebidas?
Em quais territórios devemos reforçar a nossas ações e comunicações?

Quais são os principais benefícios que devemos reforçar para gerar maior número de compradores?

BRAND EQUITY

O quão desejada é a marca em relação às outras opções do mercado?

Qual o impacto que fatores de mercado como preço, acessibilidade, estar na moda, etc têm sobre às sua vendas?

Quais gargalos devemos atacar para que a marca seja escolhida em 1º lugar por mais pessoas?

Como será o questionário:

Demográficos + Filtro

(sexo, idade, classe, região, se tem filhos ou não, idade dos filhos, responsável pela compra de vestuário para si ou família)

Métricas de comportamento do consumidor

(Top Of Mind, Conhecimento, Consideração, Intenção de Compra, Experimentação, Share of Wallet, Preferência, Rejeição) /
Qualificação da compra (se para si, cônjuge, crianças ou presente / loja física ou online)

Métricas de imagem de marca

(Imagem por associação à atributos pré-definidos, sendo 12 gerais + 5 específicos sobre o público kids; Cruzamento de imagem por associação com estilo pessoal)

Métricas de Equity (Brand Value Creator)

(Proximidade com a marca, relevância, efeitos de mercado)

Os resultados darão suporte para executar o planejamento da marca em 2019, bem como guiar suas ações de comunicação.

Marcas sugeridas*

Ipsos
FASHION
BRANDS
RADAR
2018



RCHLO
RIACHUELO

LUIGI BERTOLLI

marisa

ZARA

FOREVER 21

PERNAMBUCANAS

caedu



MALWEE

dafiti



AMARO

Outra
marca

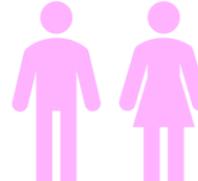
*a serem definidas em conjunto com os clientes participantes, mantendo até 15 marcas no total.

*Com quem falaremos
neste estudo?*

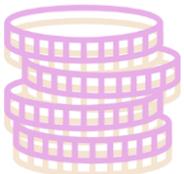
Com quem falaremos?

 1500 respondentes

 Compraram roupas em lojas grandes nos últimos 3 meses e são os responsáveis de compra de vestuário para si ou para a família

 Homens e Mulheres
De 18 a 55 anos

 Nacional: cotas por região

 Classes ABC

 Pessoas com e sem filhos

 Tempo previsto de questionário: máx. 20 minutos

Quando o estudo será realizado?

Novembro 2018						
Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	1

Dezembro						
Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5

Legenda:

- Data limite para aprovação do estudo* → **05 de novembro, segunda-feira**
- Data limite para discussão e envio de atributos e marcas para entrar no questionário*
- Ajustes e aprovação do questionário*
- Programação e testes de link*
- Campo*
- Pós-campo: consistência, codificação e processamento dos dados*
- Análise e preparação de relatório final*
- Entrega do relatório final. Após essa primeira entrega pedidos de análises e quebras específicas, previamente acordados serão trabalhados e as datas combinadas com cada cliente.*
- Feriado e emendas: escritório da Ipsos fechado*

Ficou interessado? Quer saber mais?

Os desafios da **sua marca** são também os **nossos desafios**.

Confirme sua participação até 05/11, segunda-feira por e-mail [clikando aqui](#).

Até 06/11 comunicaremos quantos participantes aderiram ao estudo e valor final por marca.

Quer bater um papo? Entender mais sobre a proposta?

CLIQUE AQUI!



Débora Rodrigues
Brand Health Tracking Head

 +55 11 2159.8630
+55 11 98933.1965

 debora.rodriques@ipsos.com



Tetê Chaves
Brand Health Tracking Manager

 +55 11 2159.8420
+55 11 99466.8123

 stefania.chaves@ipsos.com

Ipsos
FASHION
BRANDS
RADAR
2018

