

PROPOSTA DE MODELO PARA SUCESSO DO DESENVOLVIMENTO DE JEANS JOVEM FEMININO

Proposal Successful Model to Development Female Young Jeans

Cordeiro, Júlia Nunes; acadêmica do Curso de Tecnologia em Design de Moda, Universidade Tecnológica Federal do Paraná; suppermoda@hotmail.com

Dias, Marcelo Capre; doutor em Administração pela FEA/USP, professor da Universidade Tecnológica Federal do Paraná; capre@utfpr.edu.br

Resumo

O trabalho tem como objetivo descrever fatores que guiem um desenvolvimento de sucesso em produtos de denim. Iniciou-se a pesquisa buscando um modelo para ser seguido estudando cada um dos seus itens relacionando-os. Objetivou-se buscar referências para credibilizar as afirmativas.

Palavras- chave: Desenvolvimento de Produto; Criatividade; Sucesso;

Abstract

This assignment has as objective describe factors that guide a successful development in products with denim. The research has started looking for a model to be followed studying each of items linking then. Was important look for bibliographies references to have sure each affirmatives.

Keywords: Product Development; Creativity, Success;

Introdução

Este trabalho descreve e aponta fatores que guiem o profissional de moda a um desenvolvimento de sucesso em produtos femininos de matéria-

prima denim. Iniciou-se a pesquisa buscando um modelo a ser seguido e estudar cada um dos seus itens individualmente relacionando-os para que um organograma pudesse ser montado de uma forma clara e objetiva. A seqüência dos fatores a serem considerados são posicionadas em ordem cronológica de importância pra que o designer de moda possa se orientar de uma forma mais simples.

Metodologia

O trabalho foi elaborado através de fontes bibliográficas.

Pesquisa de Tendências

Podem ser feitas de diversas formas, das mais acessíveis como pela internet, revistas de moda, observações de comportamento e pesquisas de campo e nas formas mais próximas e já estudadas por profissionais do ramo, que é o caso dos bureaux de moda e feiras de tendências, onde são entregues materiais e informações elaborados pelos *coolhunters*, profissionais que se encarregam de analisar idéias de vanguarda que poderão ser transformadas em influências de consumo e adotadas pela sociedade (PICOLI, 2008).

Segundo Sabino (2007, p. 574), define-se tendência como sendo a “palavra usada para classificar temas, usos e movimentos que serão abordados durante uma estação da moda”. A palavra é vinculada ao futuro do comportamento social, do ser humano quanto ao ambiente em que está incluso. Essa pesquisa de comportamento é essencial se tratando do produto a ser vendido e do estudo do perfil de para quem ele será destinado, conhecendo assim o perfil destas clientes finais.

Criatividade

Segundo Mazzotti (2009) é de comum acordo entre a maioria dos estudiosos da área que existem cinco fases no processo criativo:

- Na primeira fase, o indivíduo percebe que há um problema a ser resolvido. Num segundo momento, investiga sobre o problema em questão, explorando-o através de anotações, discussões.
- A fase de preparação garante a originalidade do produto, para que este seja concebido de uma forma nunca antes pensada.
- A incubação é um estágio contrário aos demais: onde o indivíduo pára de se preocupar com o problema em questão, volta a atenção para outros assuntos e retorna ao problema com uma solução original. A iluminação é o clímax do processo de criação e vem espontaneamente em um determinado momento do estado de incubação.
- Por fim, a verificação conclui as etapas do processo: aqui, o sujeito dará formas às soluções encontradas, é o momento crítico, a hora de receber a avaliação da sociedade e ver o impacto que causará seu produto.

Fatores incentivadores para o desenvolvimento do processo criativo são essenciais para que o fruto das vendas destas criações seja veloz e coerente. Aplicar na prática não é fácil: luminosidade inadequada, poluição visual e sonora, carência de equipamentos adequados, dentre outros fatores são itens que debilitam a criatividade do profissional de design.

Processo Produtivo

Em relação à ciclo produtivo das peças em denim, são fatores que devem ser considerados:

- Tecido – Matéria-Prima

A qualidade da matéria-prima é altamente relacionada com o sucesso nas lavagens.

- Modelagem

O caimento da peça em jeans deve ser perfeito para que a peça seja adquirida pela consumidora sendo é o maior desafio para o jeans feminino considerando-se a alta variedade de medidas femininas.

- Montagem – costura

A qualidade da peça deve muito à forma com que foi montada e nos seus acabamentos, processos que apesar de muitas vezes serem anti-produtivos, agregam valor e garantem as vendas.

- Lavagem

As lavanderias exercem um papel primordial nas peças em denim, quando não se acerta na lavagem que o mercado pede, todo o processo produtivo é em vão e a peça é inteiramente perdida.

- Acabamentos

Os acabamentos, principalmente os aviamentos personalizados como os metais, pedrarias, etiquetas, fivelas, rebites, dentre outras infinitas variedades unidos com o cuidado na hora de tirar linhas e notar defeitos agregam valor e qualidade no produto.

Lançamento do Produto

- Posição do produto no mercado

O produto deve ser lançado visando sempre a proximidade e alcance do seu público-alvo através da venda do produto em lojas/representantes que estejam diretamente ligados com o consumidor final.

- Marketing

- Celebidades

Pessoas influentes nas quais o público-alvo se identifique são um investimento que deve ser levado em consideração na hora do investimento no marketing.

- Site

A elaboração de um site atrativo, com fundos musicais, que prenda a atenção e fácil de ser explorado unido com um layout convincente para quem o produto é destinado é uma grande proximidade com o consumidor e uma forma viável economicamente de aproximação.

- Catálogo, lookbook, outdoor

As formas impressas de abordagem nunca são descartadas. Um outdoor localizado em um ponto-chave da cidade, lookbook com as peças vestidas e um catálogo atraente são ferramentas que conquistam e despertam o desejo de consumo.

Sucesso do Jeans

O objetivo do trabalho do designer de moda no desenvolvimento dos produtos é que marca tenha um diferencial perante a concorrência. A aceitação do produto na praça com a aceitação do consumidor final é o resultado de um trabalho bem elaborado e aplicado corretamente.

Segundo COBRA (2007, pg. 60) o sucesso de um produto de moda pode ser medido considerando-se três dimensões:

- 1- O sucesso financeiro da coleção, verificando a lucratividade gerada no período de um ano.
- 2- O sucesso do desempenho técnico da coleção, em termos de aceitação pelos lojistas.
- 3- O sucesso da perspectiva do cliente, verificando o volume de vendas obtido e a satisfação do cliente, consumidor final.

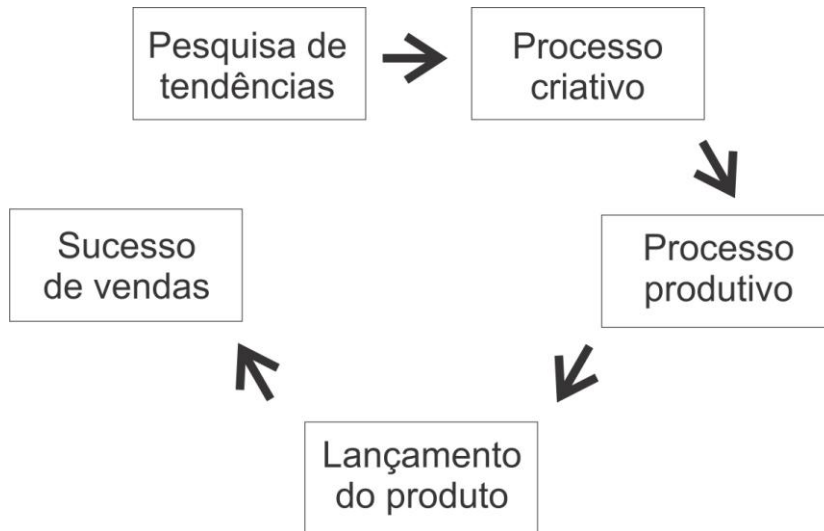


Figura 01: Modelo de sucesso para o Desenvolvimento de Jeans.

Referências Bibliográficas

COBRA, Marcos. **Marketing & Moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo; Cobra Editora & Marketing, 2007.

PICOLI, Julia Isoppo. **Coolhunter: perfil e características deste profissional**. 4º Colóquio de Moda. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2008

SABINO, Marco. **Dicionário da Moda**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007