

WTF. Shoes





*We
Trend
For
Shoes*



Tendências

A necessidade de se criarem tendências, sem seguir as demais, criar a diferença, promove-la, unir esforços e gerar valor, fora de portas.

E assim nascemos, cheios de vontade, cheios de energia, cheios de valor, cheios de talento de pessoas que sabem o que querem, onde querem chegar e como lá chegar. Quando olham para o nome, muitos podem pensar no jargão anglosaxónico que pode ser associado a WTF Shoes, mas pensem mesmo, porque é esse tipo de reação que queremos provocar. O tipo de reação que vamos provocar. Porque são tendências, vamos criar tendências de calçado português para portugueses e para os cidadãos do mundo.

“Sejam bem vindos, estamos à vossa espera, vamos falar de vocês, com vocês, e do que já conhecem e ainda não conhecem.”

Patrícia Valério

Curadora WTF Shoes

pavalerio@wtfshoes.com.pt



Social Media Strategies

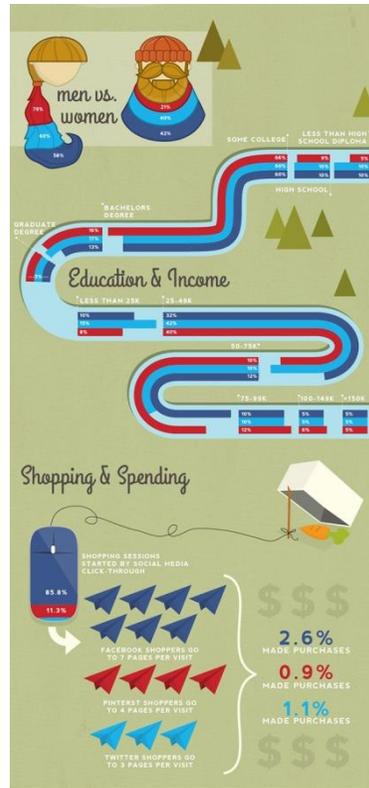
“Não há como evitar. Em dezembro de 2013 existirão 2,3 mil milhões de pessoas a usar redes sociais no mundo, uma em cada três.

Para os que gerem empresas e negócios, não há outro caminho – é obrigatório entrar nesta dimensão e procurar ganhar dinheiro dentro dela. (...)

Há uma década atrás, mais de metade dos consumidores acreditavam na publicidade, mas hoje esses valores desceram para 14%. Os consumidores são desconfiados e assumem que quando as empresas comunicam estão a tentar influenciá-los e convencê-los (...)

O curioso é verificar que os mesmos consumidores que não acreditam nas marcas e na sua publicidade têm um comportamento diferente com desconhecidos: cerca de 52% acreditam na opinião de pessoas que lhe são desconhecidas (...)

As pessoas não se querem ligar com empresas, querem ligar-se com outras pessoas. (...) E para ser humilde é preciso ter coragem.”



Pinterest, Facebook and Twitter

A Moda, é um dos principais interesses no Pinterest, e os cibernautas passam cerca de 1h 17m ligados.

O Facebook tem mais de 500 milhões de visitas por dia, e o Twitter 39 milhões.

Os utilizadores do Facebook estão numa faixa etária mais velha, a faixa etária 35-54, o Pinterest e o Twitter estão mais adequados à faixa etária entre os 18 e os 35.

Os dados que divulgamos, de forma transparente, contextualizam a importância cada vez mais crescente dos social media, de uma forma diferenciada.



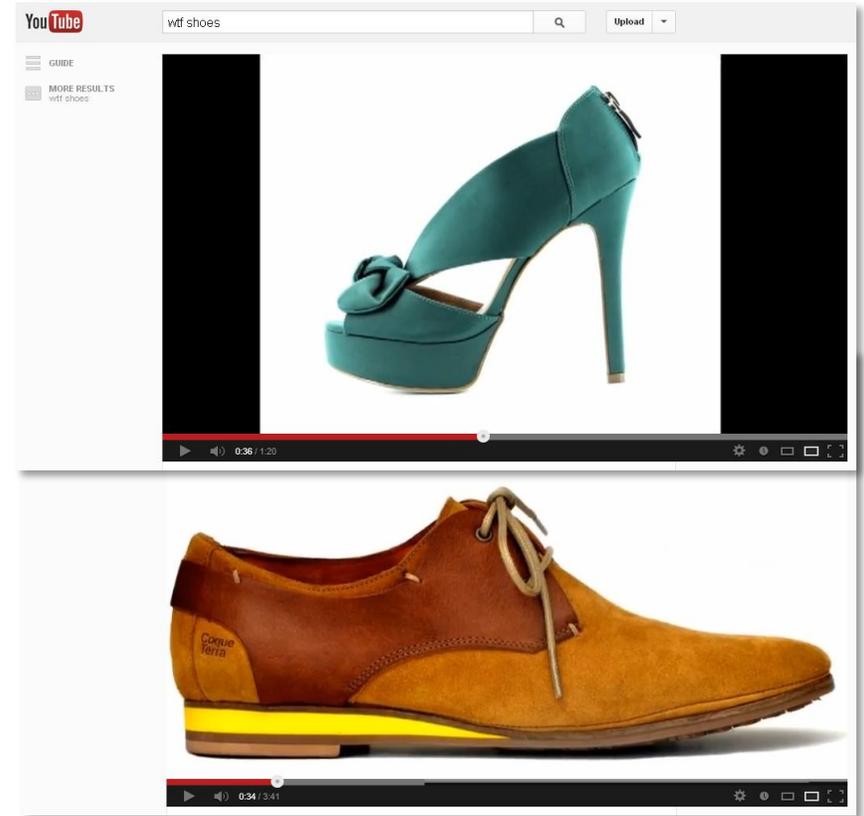
YouTube, Vimeo, ...

“92% dos utilizadores da internet visualizou vídeos em qualquer um dos seus equipamentos em 2012.”

In Accenture

A importância da transmissão de vídeo é reconhecida e estudada, e comunidades como o YouTube, o Vimeo, adquirem uma especial importância. Em mercados como a Argentina, Canadá, Chile, Turquia, Rússia e Hong Kong, mais de 90% dos utilizadores de internet faz sharing de vídeos.

WTF Shoes já possui broadcast no YouTube e no Vimeo.





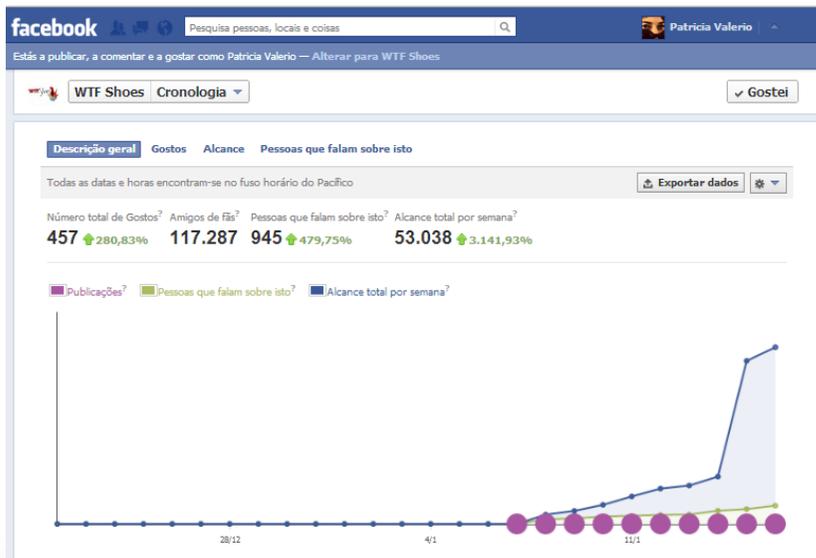
O arranque

Começamos a missão em Janeiro de 2013 e contamos com uma comunidade, em pouco tempo, já com uma audiência de quase meio milhar.

Estamos num caminho ascendente, explorando a viralidade do social media e criando projetos com iniciativa própria e o apoio dos parceiros que já disponibilizaram a colaborar connosco.

Estamos a começar e crescer, e contamos com todos, para divulgarmos o que temos de bom neste país, neste caso o footwear, os sapatos.

Os dados que divulgamos, de forma transparente, ilustram o que aconteceu nas primeiras duas semanas de vida da WTF Shoes, e são claramente promissoras e animadoras.





A WTF Shoes e a fotógrafa Sara Branco, gostariam de dar a conhecer o editorial que pretendem elaborar sobre as novas tendências SS 2013, mas com materiais vegan, sem uso de materiais animais.

A Sara Branco lançou-nos o desafio que aceitamos de imediato.

Ser vegan é uma trend global, pelo que relançamos este desafio a todos os designers e fabricantes nacionais. A única contribuição solicitada é o empréstimo dos pares de calçado, que serão posteriormente devolvidos, para o uso na produção. A mesma será divulgada sem contrapartidas na comunidade WTF Shoes.

Convictos de que será um projeto interessante para todos!!!

PATRICIA VALÉRIO

WTF Shoes – We Trend For Shoes

pavalerio@gmail.com

pavalerio@wtfshoes.com.pt

Tel 218 958 052

Tlm. 911762679



Projectos

Um dos primeiros projetos, são os editoriais digitais, feitos em colaboração com fotógrafos, designers e marcas, de forma a criar uma forma de divulgação própria.

Assim, foram desenvolvidos contatos, potenciadas sinergias, e surgiu a oportunidade para o **primeiro editorial**, com a **Sara Branco**, e que irá ter a **participação da NAE**, da **RUTZ**, da **only2me**, da **Ana Amorim** e da **Wock**. Será um **editorial vegan**, usando sapatos *eco-friendly* e com materiais de origem não animal.

Mais editoriais já estão agendados para os próximos meses e tudo flui de forma muito natural, com um pleno regime de colaboração total.



Mais Projectos

Estamos também a fazer pequenas flash interviews aos fabricantes, designers e marcas, divulgando as suas novas coleções em primeira mão e falando acerca das suas missões e projectos.

Demos início com uma entrevista escrita à marca **Silvia Ribatto**, e que publicamos no nosso blog informar e na página. Temos também já em andamento a construção da *website* e está a decorrer o *styling* do blog,

January Highlight - Silvia Ribatto



WTF Shoes presents for the first time, and during this month, Silvia Ribatto shoes. We have the opportunity to interview the faces behind the brand, and tell you more about their goals, and the new arrivals for SS 2013.
Marina Carvalho, Silvia Ribatto's marketing & sales answered us some short questions. So we do present you the Silvia Ribatto, The Walk of Fashion.

1. WTF Shoes: Please present us shortly Silvia Ribatto?
SR: Silvia Ribatto is a different brand. We are not a brand for young people, neither a classic footwear manufacturer. We are ageless. We just want to be democratic and be pleasant for all. Our collections are thought for everybody, designing shoes for every and each person, comfy and trendy enough to be used everyday, or even in special occasions and events. We are hard with ourselves, versatile, joyful, relaxed but also bold, but bold in a different level, because we need to give our clients what they want, even before they know what they want. We always want to be a step forward.

A recolha e pesquisa sobre o que se faz por cá e fora de portas é imensa e constante.

Temos já um arquivo sobre as marcas e sobre o que estão a fazer.

- | | | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------|
| 2Work4 | dino-b | Novacas |
| ALL CAPS | Egidio Alves | Only2me |
| Ana Amorim | Eject | Polainas |
| Anonima | Eureka | Profession Bottier |
| Arcopedico | Experience | Prophecy |
| Atelier do Sapato | Felmini | Ramalho |
| Atrai Shoes | Fly London | Rutz |
| Attenta | Ganza | Sanjo |
| b Store | GirlsVinci | Seaside |
| Beppi | Goldmud | Senhor prudência |
| Buenos Aires | Guava | Shoes Closet |
| Camport | Helsar | Silvia Ribatto |
| Carlos Santos | Ibershoes | Sofia Costa |
| Catarina Miranda | Incomum | Tatuaggi |
| Chibs | Les Souliers de Masha | TOOL |
| Chocolate Negro | Luis Onofre | Valuni |
| Codizo | Lusquinos | Virus |
| Cohibas | Machado Handmade | Weekend Barber |
| Coqueterra | Mack James | Wock |
| Corkdesign | Macosmi | XUZ |
| Coxx Borba | Miguel Vieira | Zilian |
| Cruz de Pedra | Missanga | |
| Cubanas | Mysticsea | |
| Cydonia | NAE | |
| Dekode | NOBRAND | |



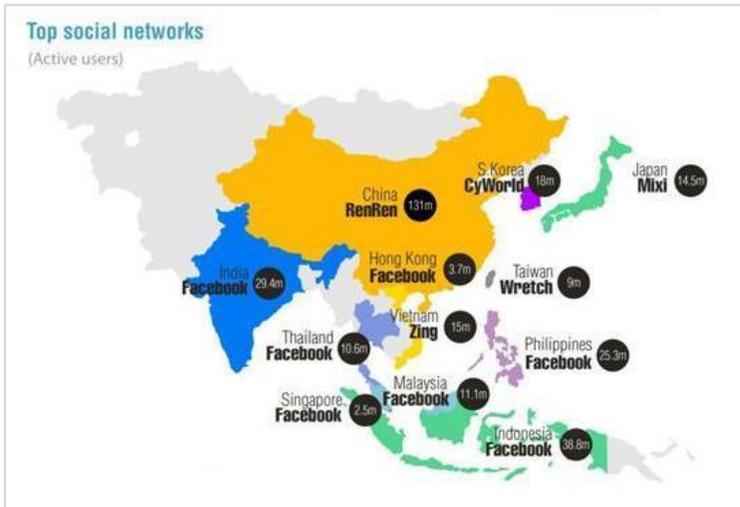
Trending em Mandarin

O nosso objectivo é ir mais longe e avançar para outros mercados, como a China

Os social media na China têm outras comunidades, tal como se pode constatar nas infografias. São 100 milhões de utilizadores de Social Networks para muitos fins.

Renren é o Facebook chinês e o objectivo é criar uma comunidade que fale de calçado nacional junto dos chineses.

Esse será um dos passos futuros do WTF Shoes!





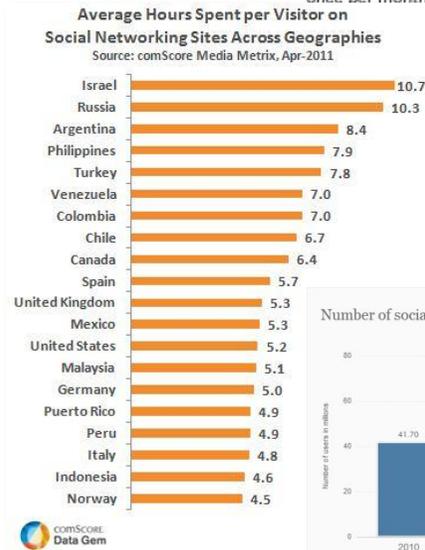
Social Network Users and Penetration in Russia, 2010-2014

	2010	2011	2012	2013	2014
Social network users (millions)	41.7	46.5	51.8	57.6	62.2
—% change	19.4%	11.6%	11.3%	11.2%	8.1%
—% of internet users	74.2%	75.0%	76.2%	78.0%	79.0%
—% of population	29.9%	33.5%	37.5%	41.9%	45.5%

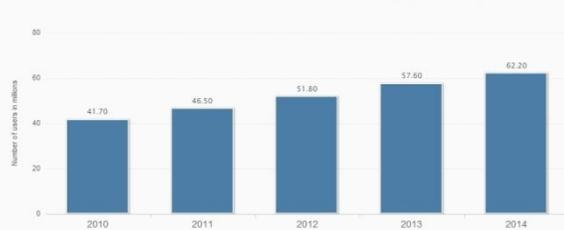
Note: internet users who use a social network site via any device at least once per month

er, Aug 2012

www.eMarketer.com



Number of social network users in Russia from 2010 to 2014 (in millions)



■ Russia: internet users who use a social network site via any device at least once per month, 2010 to 2012

Source: eMarketer

statista



Trending em Russo

Uma das primeiras apostas é na Rússia, um país que tem um forte potencial para o mercado português de calçado, e que tem uma extrema relevância a nível de social media.

Os russos passam uma média de 10,3 horas por mês nas redes sociais, e o FACEBOOK cresce cerca de 111% na Rússia, apesar de os Russos usarem a sua própria social network, o Vkontakte.

A comunidade Russa gosta de discutir sobre as marcas, criando mesmo páginas não oficiais para o efeito. Também são leitores assíduos de blogs.

WTF Shoes is in VK, escrito em Russo, apresenta na língua materna do país as novas tendências, os designers e as coleções do *footwear*. Nacional.

WTF.Shoes
edit status message

Description: WTF.Shoes (We trend for Shoes), это проект созданный с целью представления последних обувных тенденций и новых трендов Португальской обувной промышленности. Мы будем знакомить Вас со всеми новинками, как известных португальских брендов, так и с новейшими моделями эксклюзивных португальских дизайнеров.

Website: <http://www.wtfshoes.com.pt>
Location: Lisboa

Роскошные туфли в подарочной упаковке от Luis Onofre!

Manage community
Invite friends to join
Advertise community
Community statistics

You are a member.
Share with friends
Leave community

Discussion board
There are currently no discussions in this community
Start a discussion

Photos
11 photos in the main album
Add a photo

Members
17 people
Patricia
Eva
Olga



Rede VK

Começamos a missão em Janeiro de 2013 e a nossa equipa funciona já internacionalmente

Os social media não têm a mesma popularidade em todos os países, pelo que o projeto desde o início teve cuidado em se expor em várias línguas que podem não dominar o inglês de uma forma global.

Assim, estamos constantemente à procura, seguindo as tendências e tentando diversificar a divulgação, do calçado nacional, tornando-o global.

WTF.Shoes
Подарок мечты от Luis Onofre!

23 minutes ago | Edit | Like

WTF.Shoes
Guava!! Новое открытие в мире обуви.

23 minutes ago | Edit | Like

WTF.Shoes

Add a link

Photos
79 albums

Eureka
Last updated today

Miguel Vieira
Last updated today

Videos
Add a video

Documents
Add a document

Management
edit
3 managers
Olga Shmuratova
Eva Ruzal
Руководитель
Patricia Valerio
Руководитель



Elementos de vitória

Estão cheias as livrarias de todo o mundo de livros que ensinam a vencer. Muitos deles contêm indicações interessantes, por vezes aproveitáveis. Quase todos se reportam particularmente ao êxito material, o que é explicável, pois é esse o que supremamente interessa a grande maioria dos homens.

A ciência de vencer é, contudo, fácil de expor; em aplicá-la, ou não, é que está o segredo do êxito ou a explicação da falta dele. Para vencer - material ou imaterialmente - três coisas definíveis são precisas: saber trabalhar, aproveitar oportunidades, e criar relações. O resto pertence ao elemento indefinível, mas real, a que, à falta de melhor nome, se chama sorte.

Não é o trabalho, mas o saber trabalhar, que é o segredo do êxito no trabalho. Saber trabalhar quer dizer: não fazer um esforço inútil, persistir no esforço até o fim, e saber reconstruir uma orientação quando se verificou que ela era, ou se tornou, errada.

Aproveitar oportunidades quer dizer não só não as perder, mas também achá-las. Criar relações tem dois sentidos - um para a vida material, outro para a vida mental. Na vida material a expressão tem o seu sentido directo. Na vida mental significa criar cultura.

A história não regista um grande triunfador material isolado, nem um grande triunfador mental inculto.

Da simples "vontade" vivem só os pequenos comerciantes; da simples "inspiração" vivem só os pequenos poetas. A lei é uma para todos.



* ALL CAPS - Handmade in limited quantities in Portugal, this brand is all about quality and high-end design

www.wtfshoes.com.pt

Patrícia Valério
Curadora WTF Shoes
pavalerio@wtfshoes.com.pt



From Portugal
We trend portuguese shoes

