



T.R.Y. Store

The Real You Store

Love & Find yourself!
Be Happy & Free! Be Yourself!

E aqui começa uma nova etapa da sua vida!
Assuma a sua Beleza, ela é só sua e é maravilhosa!
Seja Feliz e Livre! Seja você mesma!

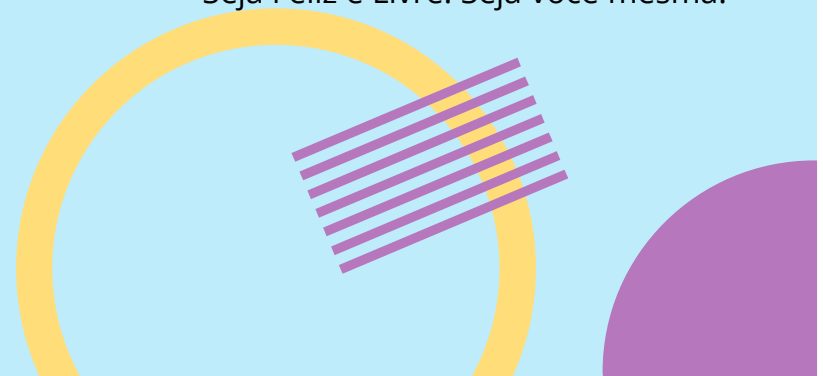


Tabela de Conteúdos

01

Problema vs. Solução

- ✓ Pouca oferta de produtos de moda plus size
- vs.
- ✓ Criação de loja online de moda plus size

03

Marketing Estratégico

- ✓ Análise SWOT
- ✓ Posicionamento do Produto
- ✓ Público-alvo
- ✓ Evolução do E-COMMERCE em PT
- Análise da Concorrência

02

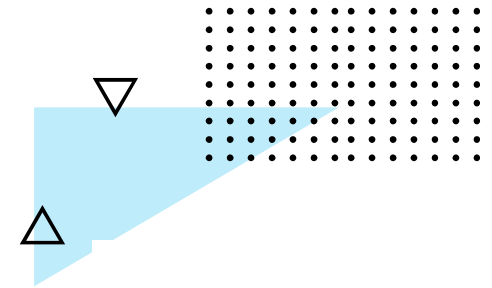
Produto

- ✓ Vestuário Feminino plus size (tamanhos grandes 42 ao 60)
- ✓ Roupas & Acessórios

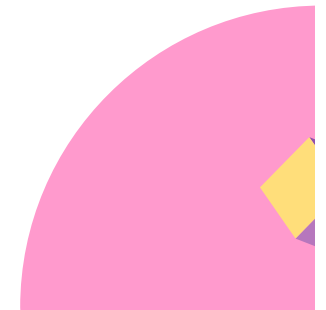
04

Modelo de Negócio

- ✓ Negócio de e-commerce
- ✓ Loja online
- ✓ Business to consumer (B2C)
- ✓ Canais de venda
- ✓ Feedback dos clientes



T.R.Y.Store
THE REAL YOU STORE ONLINE





Introdução

A *T.R.Y.Store*, como loja online na venda de artigos de moda feminina direccionada para o segmento de mercado *plus size*, surge no intuito de colmatar a falta de oferta existente.

É direccionada a todas as mulheres *plus size* que merecem mais escolha no processo de compra de roupa e acessórios e surge também na necessidade de democratizar a moda e torná-la mais acessível a todos!

A compra online possibilita chegar a todos os clientes com maior facilidade e rapidez, através de envio direto ao consumidor. A aposta na qualidade e variedade dos produtos e o preço competitivo dos mesmos no mercado é outra das fortes apostas da *T.R.Y.Store*.



T.R.Y.Store
THE REAL YOU STORE ONLINE



A Empresa

➤ **Nome da Loja online:**

T.R.Y. Store (The Real You Store Online)

➤ **Área de atividade:**

Comércio de moda online (e-commerce)

➤ **Mercado:** Têxtil

➤ **Segmento:**

Vestuário para mulheres

➤ **Nicho de mercado:**

Vestuário para mulheres *plus size*

➤ **CAE – Código de Atividade Económica:**

47910

➤ **Situação jurídica da empresa:**

Sociedade Unipessoal por Quotas

➤ **Missão:**

Vender online vestuário feminino direccionado ao público *plus size*, com excelência em qualidade e design acompanhando sempre as tendências de moda e procurando sempre satisfazer as necessidades do cliente.

Cláudia Dias



www.trystoreonline.com



(+351) 914 205 045



trystoreonline@gmail.com



T.R.Y.Store
THE REAL YOU STORE ONLINE

**Seja você mesma!
Be Real!**



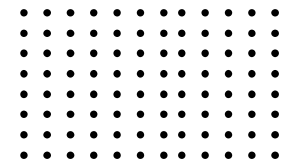
Valores



- Qualidade dos produtos e serviços;
- Satisfação do cliente;
- Credibilidade nos serviços prestados;
- Inovação contínua;
- Confiança entre cliente e loja;
- Ética profissional;
- Competência profissional;
- Transparência no negócio;
- Honestidade na execução dos serviços;
- Melhoria contínua.

Visão

A visão da empresa é ser uma empresa de vendas online diferente que se evidencie no segmento de moda feminina *plus size*, através de uma variada oferta de peças de roupa boa qualidade com preços acessíveis no mercado.



Objetivos

- Ser reconhecida como uma loja de referência online na área da moda de roupas *plus size* e acessórios em Portugal;
- Oferecer produtos de qualidade e preço competitivo;
- Angariar continuamente clientes novos e fidelizar os clientes antigos.
- Ter parcerias estáveis com alguns fornecedores de moda feminina *plus size*, que garantam boa qualidade nos produtos e cumpram os prazos de entrega estabelecidos anteriormente.



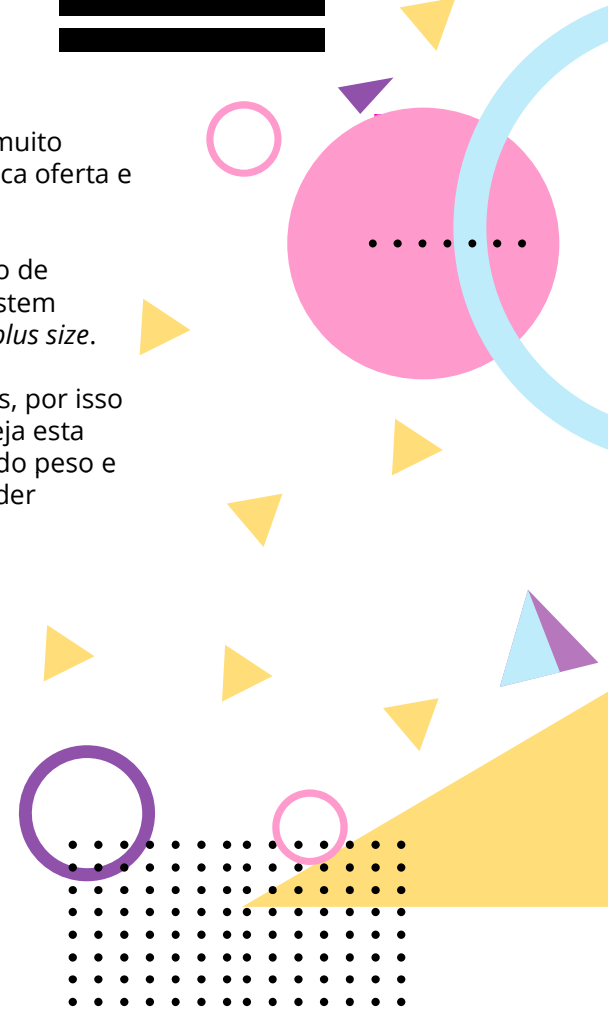
Metas

- Colocar em actividade o website/plataforma de e-commerce da loja;
- Ter uma enorme variedade de produtos *plus size* para vender online;
- Apostar muitíssimo na divulgação/promoção/publicidade da loja online no mercado da moda;
- Conseguir realizar entregas rápidas de encomendas para que não haja atrasos;
- Suprimir as necessidades do cliente a nível do vestuário em tamanhos grandes.



O Problema

- O mercado têxtil do segmento *plus size* é ainda muito pouco explorado e conseqüentemente existe pouca oferta e variedade a chegar ao cliente final.
- A falta de oferta de artigos de vestuário feminino de tamanhos grandes (*plus size*) é bastante e não existem muitas lojas ou marcas a comercializar produtos *plus size*.
- A moda continua a não ser alcançável para todos, por isso é preciso democratizar a moda, de modo a que seja esta chegue a todos os públicos, independentemente do peso e da forma do corpo de cada indivíduo e do seu poder económico.



Concorrência

- Pouca concorrência no mercado nacional.
- Existem poucas lojas direcionadas para o comércio *plus size*.



T.R.Y. Store



➤ A T.R.Y. Store é uma loja online de vestuário feminino de tamanhos grandes (*plus size*), mantendo os padrões de design, e as tendências atuais, mas também com a preocupação em garantir o conforto e a elegância nas peças.

➤ Esta estratégia propõe-se também para alcançar uma maior inserção do público *plus size* mais jovem como consumidor no mercado do vestuário e na democratização dos tamanhos das peças que hoje encontramos no mercado.

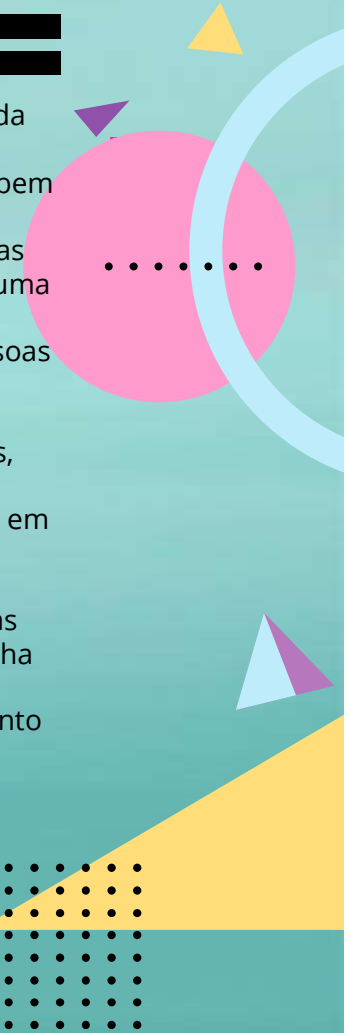
Beautiful
IS NOT A
size





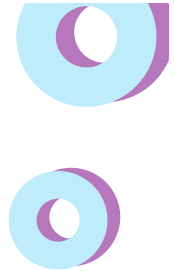
A Solução

- A criação de uma loja especializada em moda *plus size*, que traga ao seu público-alvo uma grande variedade de vestuário e acessórios, bem como um atendimento personalizado, com peças de roupa atuais, que sigam a tendências de moda e ao mesmo tempo confortáveis e uma aposta na relação qualidade/preço, com o objetivo de alcançar o maior número de pessoas deste nicho de mercado.
- Os nossos produtos serão definidos por artigos de qualidade, modernos, confortáveis, elegantes e diferenciados.
- O stock dos produtos irá se centrar sempre em tamanhos grandes, entre os 42/44 até ao tamanho 60.
- Como proposta de valor, temos o design das peças de vestuário, as várias opções de escolha de tamanhos grandes, o atendimento personalizado, e consequentemente o aumento da auto-estima das clientes.

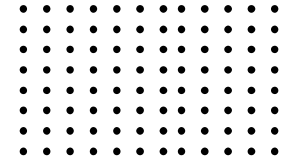


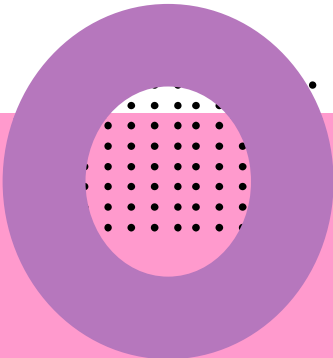


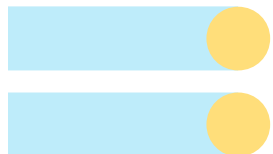
Análise SWOT



Forças



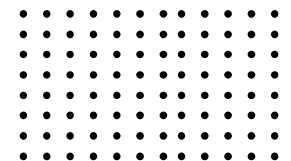
- 
- Loja especializada em produtos de vestuário e acessórios femininos *plus size* (tamanhos grandes);
 - Loja com Registo comercial, NIPC e com licenciamento industrial;
 - Preço acessível;
 - Livro de Reclamações para Lojas Online;
 - Vários métodos de pagamento disponíveis (cartão de crédito, *paypal*, *mbway*, referência MB);
 - Sistema de faturação certificado integrado no site (faturação eletrónica);
 - Conveniência;
 - Custos fixos baixos;
 - Entregas em Portugal Continental;
 - Entregas seguras e em boas condições ao domicílio ou outro local à escolha;
 - Ampla horário de funcionamento (a loja está sempre aberta 24x7);
 - Livro de Reclamações para Lojas Online disponível;
 - Atendimento ao cliente acima da média;
 - Catálogo online com descrição detalhada de produtos;
 - Aposta num design diferenciado e de qualidade;
 - Domínio técnico dos produtos.



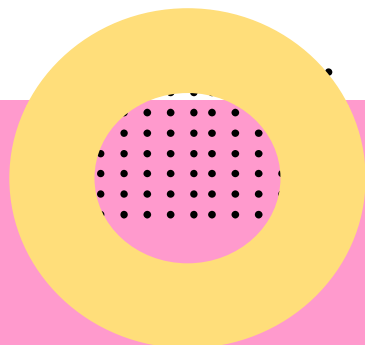
Análise SWOT



Fraquezas

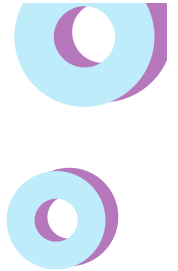


- Não poder experimentar os produtos durante o ato da compra;
- Não há contato direto (presencial) com o vendedor (apenas digital);
- Baixo reconhecimento da marca no início de funções;
- Ter atenção na ocorrência de fraudes nos pagamentos dos clientes;
- Variação de custos no envio da mercadoria.

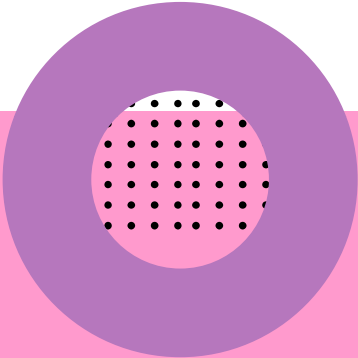
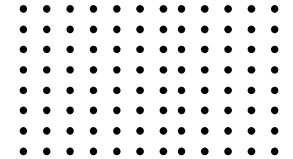




Análise SWOT

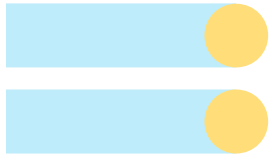


Oportunidades

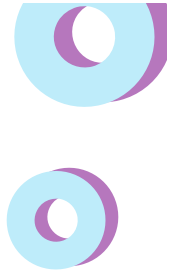


Segmento de Moda em evidência e ascensão;

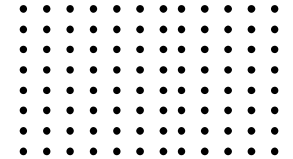
- Serviço online de fácil acesso em qualquer localização;
- Serviço online disponível 24 horas por dia, todos os dias, em qualquer localização;
- Crescimento do hábito de comprar online;
- Aumento na facilidade para realizar trocas e devolução de produtos;
- Redução de impostos para as mercadorias ou matérias-primas compradas pelo e-commerce;
- Site com integração com outras aplicações (*facebook, instagram, pinterest, marketplaces, Google shopping, etc*);
- Possibilidade de *Live chat* 24h com os clientes, para tirar dúvidas sobre produtos, campanhas, pagamentos, etc;
- Oportunidade de fidelizar clientes deste nicho de mercado *plus size*;
- Reforçar a confiança dos clientes nas compras online *plus size*;
- Produtos de moda sempre diversificados e em constante atualização (seguir tendências).



Análise SWOT

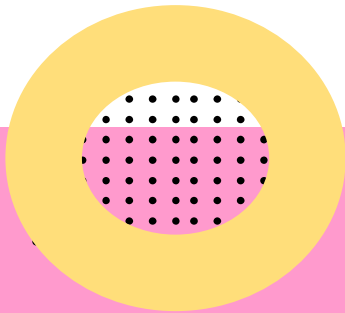


Ameaças



Possibilidade de entrada de novos concorrentes;

- Dependência de fornecedores;
- Atrasos nas entregas de encomendas por atrasos com transportadora;
- Falta de fornecedores de qualidade;
- Mudanças que podem acontecer nos hábitos de consumo;
- Pirataria informática;
- Preço flutuante dos produtos;
- Confiar em empresas de terceiros (transportadoras, processamento de pagamentos, de informática etc.).





T.R.Y.Store
THE REAL YOU STORE ONLINE



Posicionamento do Produto

- A definição dos produtos a serem comercializados por uma marca de moda, deve ser orientada para o tipo de cliente, que é o público da marca.
- “Qual é a necessidade do cliente que o meu produto satisfaz?”
- “Como é que o meu produto se diferencia dos que já existem?”
- “Como é o produto e que funções/atributos deverá ter?”.



Os nossos Produtos



- Loja online a funcionar todos os dias 24 horas;
- Entregas em Portugal Continental;
- Domínio técnico dos produtos;
- Venda de produtos de vestuário *plus size* e acessórios de boa qualidade, confortáveis, bonitos, modernos e atuais;
- Site com integração com outras aplicações (*facebook, instagram, pinterest, marketplaces, Google shopping, etc*).

OPORTUNIDADES



- Venda de artigos de vestuário feminino especializado em tamanhos grandes (42 ao 60);
- Facilidade para realizar trocas e devolução de produtos;
- Facilidades de pagamento (cartão de crédito, *paypal, mbway*, referência MB);
- Atendimento ao cliente personalizado online;
- Fator comodidade de comprar bem sem sair de casa;
- Fator privacidade no ato de compra, ninguém vê o que escolhe.

BENEFÍCIOS



- Preço acessível e competitivo no mercado;
- Segmento de Moda em evidência e ascensão;
- Produtos de moda *plus size* diversificados e atuais;
- Livro de Reclamações para Lojas Online disponível;
- Catálogo online com descrição detalhada de produtos;
- Entregas seguras e em boas condições ao domicílio ou outro local à escolha.

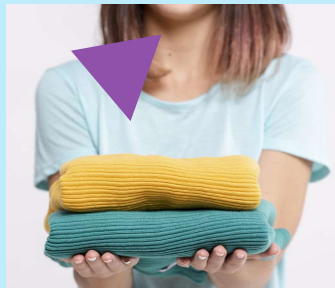
DIFERENCIAÇÃO



Estudo de Caso

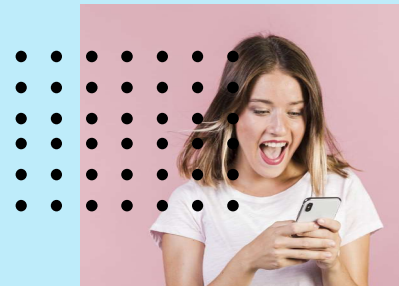
Desafio

➤ Preciso de comprar roupa nova de tamanho grande *plus size*, que seja elegante, bonita, prática, com preço acessível, e de boa qualidade?



Solução

➤ Pesquisar na internet quais são as lojas disponíveis que vendam roupa *plus size* e que reúnem todas as características que pretendo.



Resultados

➤ Escolher a loja online *plus size* T.R.Y. Store (*The Real You Store*) é a melhor opção! A T.R.Y.Store combina a qualidade nos artigos com a venda a preços acessíveis.
➤ Proporciona uma fantástica experiência de compra online, e satisfaz as necessidades dos clientes na procura de vestuário *plus size*.





Público-alvo “target”

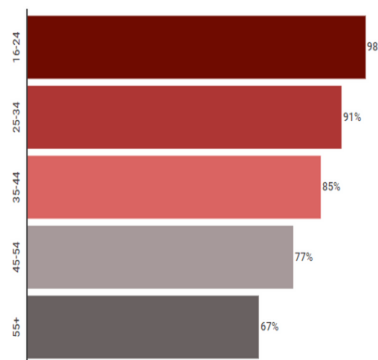


Segmentação Geográfica

70%

dos utilizadores online em Portugal

DAILY ONLINE SHOPPER INTERNET USAGE IN PORTUGAL



Source: Statista, Portugal: daily internet usage 2016, by age group

Segmentação sócio-demográficos

Género

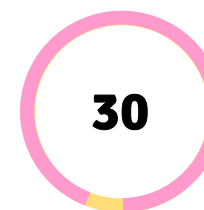
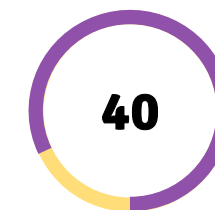


90%



10%

Idade média



Interesses



Insights do usuário digital

Existem atualmente **5,51 milhões de usuários de comércio eletrônico** em Portugal, com **1,15 milhão de usuários adicionais previstos para fazer compras online até 2022**. Daqui a quatro anos, esses **7,66 milhões de usuários de comércio eletrônico gastarão em média 650,51 dólares online.**



Evolução do E-COMMERCE em PT



Fonte: <https://digitalks.pt/artigos/a-evolucao-do-e-commerce-em-portugal/>

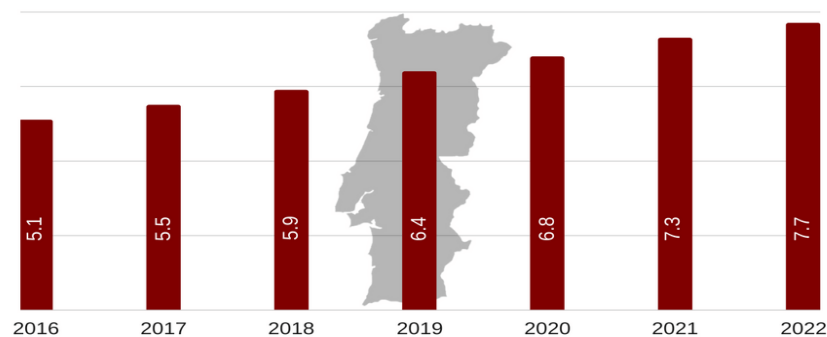
- Estes são dados registados em Janeiro de 2020.
- Atualmente verificamos um aumento exponencial em Portugal das vendas online, muito também deve-se ao fato de 2020 ter sido um ano atípico e regido por restrições face às questões de pandemia em que vivemos.
- O comércio electrónico passou a ter um forte impacto na vida dos portugueses e a adesão às compras na internet tem aumentando diariamente.

Evolução do E-COMMERCE em PT



Estudos da DECO e dos Correios de Portugal realizados mostram que as compras online estão a aumentar. Os números apresentados revelam um crescimento na ordem dos 12,5%, mostrando ainda que, por cada 10 portugueses, pelo menos 4 realizam compras online, comprando, em média 15 vezes através da Internet. Cerca de 46% dos portugueses afirma que faz compras online, a tendência não é apenas para que mais pessoas escolham esta forma de consumo mas também para que os adeptos das compras digitais comprem mais produtos. O crescimento no número de produtos vendidos foi de 14%.

NUMBER OF ONLINE SHOPPERS IN PORTUGAL
(in millions)



Source: Statista, e-Commerce Portugal, User in millions

eshopworld

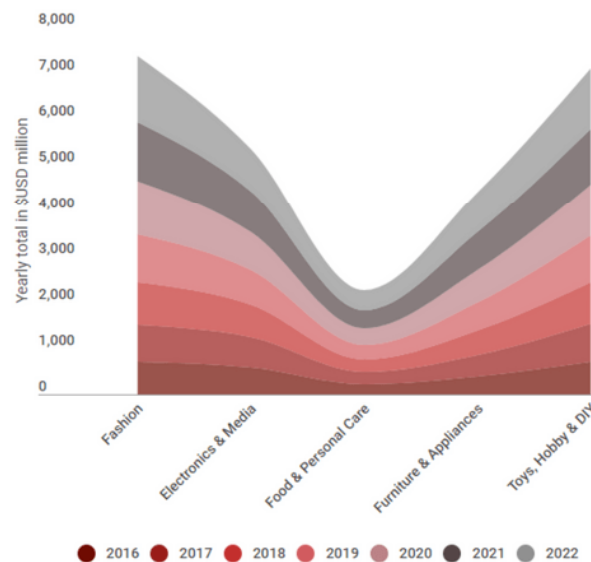
Previsão em PT do nº de compradores online

<https://learning.eshopworld.com/ecommerce-blog/portugal-ecommerce-insights-2018/>

Evolução do E-COMMERCE em PT



PROJECTED ECOMMERCE REVENUE IN PORTUGAL (in \$USD millions)



➤ A receita total do comércio eletrônico português em todas as categorias de produtos é de 3,36 milhões de dólares, e espera-se que cresça para 5 milhões de dólares até 2022.

➤ A moda é atualmente a categoria de produto líder em Portugal, representando uma quota de mercado de 920,7 milhões de dólares.

➤ Em 2022, a Moda ainda será a categoria online mais comprada, com um valor estimado de 1,43 bilhões de dólares.

Source: Statista, eCommerce Revenue Portugal



T.R.Y.Store
THE REAL YOU STORE ONLINE

Análise da Concorrência

Questões pertinentes

- Quem é a sua concorrência?
- Quais produtos ou serviços eles estão vendendo?
- Que participação de mercado eles têm?
- Quais foram suas estratégias passadas?
- Atualmente usam a mesma estratégia?



Questões pertinentes

- Quão agressivos eles são em campanhas de publicidade?
- Quão competitivos eles são?
- Quais são os seus pontos fortes e fracos? São idênticos aos meus?
- Qual o tamanho deles como uma ameaça?
- Como as suas estratégias afetam os meus negócios?



Passos necessários para analisar

- 1º - Identifique os concorrentes
- 2º - Identifique os pontos fortes e fracos
- 3º - Aviste as oportunidades
- 4º - Analise os dados concorrentes e se posicione
- 5º - Mantenha a análise

Modelo de Negócio



Divulgação da loja online (marketing digital)

- Mailing lists (e-mail marketing)
- Redes Sociais (*Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, twitter*);
- Blog da *T.R.Y.Store*;
- Storytellers;
- Publicidade (flyers, cartões de visita, Publicidade *PayPerClick - PPC*);
- *SEO (search engine optimization)* para otimizar o site para os motores de busca;
- Inscrição nos diretórios de empresas e sites do género, como as páginas amarelas e sapo empresas.



Canais de venda

- Loja online *T.R.Y.Store*;
- *Google ads*;
- *Google business*;
- *Marketplaces*;
- *Blog da T.R.Y.Store*;
- *Redes Sociais (Facebook, Instagram)*;
- Plataforma de infoprodutos.



Compra online

- Aceder à loja www.trystoreonline.com
- Catálogo online dos produtos disponíveis;
- Compra fácil e intuitiva
- Vários métodos de pagamento à escolha.



Feedback dos clientes

- Chat online 24h da loja;
- Comentários no Blog *T.R.Y. Store*;
- Aumento das encomendas;
- Fidelização dos clientes;



T.R.Y. Store
The Real You Store

www.trystoreonline.com

Loja online de vestuário feminino *plus size*

Love & Find yourself!
Be Happy & Free! Be Yourself!

Brevemente disponível



T.R.Y.Store
THE REAL YOU STORE ONLINE



T.R.Y.Store
THE REAL YOU STORE ONLINE

OBRIGADO!

Para mais informações fale connosco!

E-mail:

trystoreonline@gmail.com

Telemóvel:

(+351) 914 205 045

Website:

www.trystoreonline.com



S: This presentation template was
l by **Slidesgo**, including icons by **Flaticon**,
ographics & images by **Freepik**.

Beautiful
IS NOT A
size

