

Ressignificar, recriar e inovar na moda

Segundo dia de Minas Trend aborda mentoria sobre planejamento estratégico

Especialista em estratégia de marketing, a professora da universidade Belas Artes, em São Paulo, Francine Pacheco, trouxe para o segundo dia do Minas Trend (17/4), no Minascentro, em Belo Horizonte, considerações sobre o mercado de varejo e sua influência no futuro do mundo comercial.

A palestrante aponta que a inovação, sem dúvidas, é a principal razão da existência da sociedade moderna. E assim como para a vida social, ela é elemento crucial no universo comercial. Inovar é criar, produzir algo novo, pois sem isso não há progresso. E é isso que Francine defende: uma ação fundamental na capacitação das empresas e marcas.

A especialista diz que a todo momento a marca deve buscar entender a mente e a necessidade do cliente, podendo então entregar resultados que se alinhem ao desejo de quem está consumindo o seu produto. “É de suma importância desenvolver um plano estratégico assertivo, e para isso, deve-se priorizar a criação da identidade visual da marca, apresentar cores, imagens, artes, logotipo e elementos que conectem a imagem com o empreendimento”, aponta.

Ainda segundo Pacheco, estabelecer uma conexão humanizada com o cliente aproxima a marca aos consumidores e estabelece uma relação de proximidade daquele que está vendendo e quem está comprando. Além disso, a marca deve comunicar qualquer mudança na identidade visual, mesmo que sutilmente. “Se houver um rebranding, se mudar a identidade visual, conta para o cliente sobre as novidades, as novas cores, os elementos, pois isso aproxima o cliente da marca, disse.

Inovar na identidade da marca não é a única novidade no mundo comercial que a especialista defende. “Adotar a tecnologia e inteligência artificial como aliados é essencial para caminhar lado a lado com as evoluções do mundo contemporâneo”, contempla a especialista, dizendo que, dessa forma, os consumidores buscam uma facilidade na hora de realizar as compras no meio digital, de acessar os sites e mídias sociais da marca.

A palestrante conclui retomando a importância de entender a vontade do cliente, valorizar sua personalidade e trazer para ele aquilo que deseja, mostrando sempre inovação, resignificação e criação de ajustes que alinhem a empresa com o desejo do consumidor.

Esta edição do Minas Trend é uma realização do SESI, SENAI e FIEMG, com apoio master do Sebrae Minas, patrocínio da Câmara de Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte (CDL-BH), da Codemge, do SENAC (Sistema Fecomércio) e do Bling e conta com apoio do Jornal Estado de Minas, UNA, IEL/MG e Consulado da Itália.

MINAS TREND>31

16 A 18.4



ONDE A MODA
MOVIMENTA
O MERCADO.

Com a colaboração do Centro Universitário UNA

Laura Rezende

Sob revisão de *Ana Paula Motta*

Imprensa FIEMG