

IND MAG

SITEND.COM.BR

Loja
Conceito



Índice



ND TEAM

QUEM FEZ ESTA EDIÇÃO



A LOJA DOS SONHOS

FAÇA UMA VISITA À LOJA CONCEITO



SHOW DAS PODEROSAS

TRÊS LOJISTAS TOP E OS SEGREDOS DA COMPRA

A CAMINHO DO INVERNO

OS DESFILES DA TEMPORADA DO MINASTREND



XÔ, CRISE

3 DICAS PARA BRILHAR NAS VENDAS



GLOSSÁRIO

SAIBA AS PALAVRAS-CHAVE DO MOMENTO NO FASHION



ALL WHITE

BRANCO IMPERA EM 10 PRODUÇÕES INFALÍVEIS



WHO IS WHO

TUDO MUNDO QUE PASSOU PELO NOSSO STAND



“ MODA É O
NEGÓCIO
DE MINAS. ”

MICHEL ABURACHID
PRESIDENTE DO SINDICATO DAS
INDÚSTRIAS DO VESTUÁRIO
DE MINAS GERAIS



FIEMG

Carta da Editora

Adoro projetos desafiadores, por isso, quando a Marta (Machado), a Dri (Coutinho) e a Lu (Souza) me chamaram para pensar numa publicação especial para a **LojaConceito (LC)**, nem pestanejei.

Criada para auxiliar o setor varejista e seus atores, a **LC** tem em seu guarda-chuva o que existe de mais moderno no mercado para otimizar e capacitar empreendimentos de moda, ou seja, é quase um oráculo para quem tem uma loja.

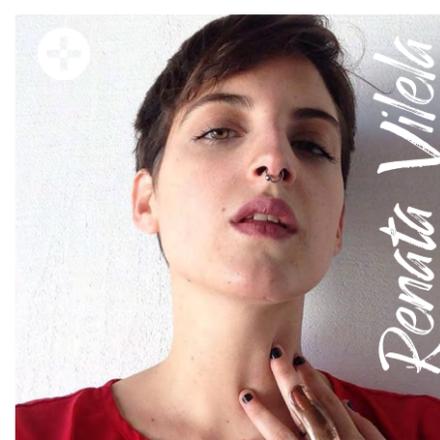
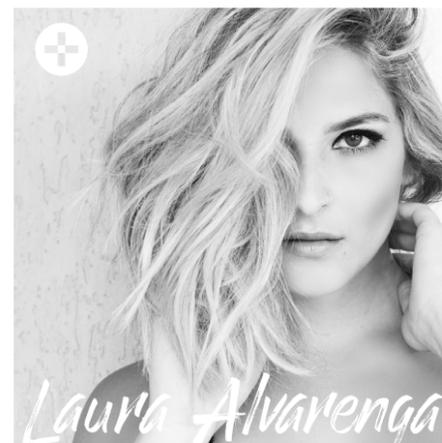
Além de cheio de conteúdo o projeto também é lindo. Foi criado pelo arquiteto Pedro Lázaro que pensou em tudo para montar uma loja-modelo, que possa ser produzida em qualquer lugar do Brasil e do mundo.

De olho nisso, criamos a edição de número #1 da **NDMag** com um recheio voltado pra quem passou pela loja, durante o **Minas Trend**, e também para quem não pode comparecer. Conversamos com compradoras experientes e bem-sucedidas, fizemos um pot-pourri dos desfiles e das palavras-chaves do inverno e ainda um ensaio ma-ra-vi-lho-so só com peças brancas, apontando o que vai ser tendência. Pra finalizar, um giro rápido pela loja em si e uma galeria de todo mundo que passou por lá.

Natália Dornellas

ND TEAM

Quem fez
essa edição



UMA LOJA MODELO

POR NATÁLIA DORNELLAS

*“Gerar uma estrutura que tenha várias possibilidades de uso. Pode ser um corner, pode ser a loja em si, pode ser a demarcação de um momento dentro da loja”, diz o arquiteto, que também é responsável pela cenografia do **Minas Trend**.*

O ponto alto são as peças verticais perfuradas, que permitem encaixes vários para araras e prateleiras horizontais. A ideia é



Criado pelo arquiteto Pedro Lázaro, que tem no currículo lojas de Luiza Barcelos, Mabel Magalhães e Faven, o projeto da LojaConceito tem um altíssimo grau de flexibilidade, podendo ser usado em vários segmentos do varejo, como vestuário, acessórios e até infantil.

que assim o lojista possa fazer uma exposição segmentada, que permita que o olhar do consumidor leia a loja aos poucos, e também possibilite mudanças de leiaute a cada estação.

Outro ponto alto está na iluminação de LED, em todas as prateleiras, destacando o produto. Para fechar, as bolas e manequins vermelhos remetem ao Natal, um dos momentos de maior movimento do varejo.

SHOW DAS PODES ROSTAS

Quando elas passam nos corredores dos salões de negócios e showrooms é um burburinho só. Afinal, quem não quer estar nas araras mais badaladas do varejo brasileiro?

NDMAG foi atrás de algumas das lojistas mais poderosas do país para saber os segredos da boa compra e as apostas delas para a temporada do inverno 2016. Acompanhe!

POR NATÁLIA MIRANDA



Andrea El Omeiri, Bazaar Fashion, Curitiba

FOTO: LAURA ALVARENGA

Joana Nolasco, Via Flores, Rio de Janeiro



FOTO: DIVULGAÇÃO



Martha Daiva, Salvador

FOTO: VOGUE.RG

Andrea
El Omeiri,
Bazaar
Fashion,
Curitiba

Como moramos no Sul, nossas **apostas para o inverno** são sempre diferentes das demais lojas. Nesta estação, trabalhamos principalmente com os **casacos** de couro e chamois, xales e maxipulls de tricot cashmere e casacos de pele com forro de seda, que são leves, mas aquecem. As capinhas e ponchos também são novidade, trazem um ar mais novo às produções.

Nos vestidos de festa, Minas faz melhor do que ninguém! Adoramos a coleção da Fabiana Milazzo, que trouxe moletons e vestidos em jeans.

Minha **dica** para os novos varejistas neste momento é fazer compras com muito cuidado, estudar sua clientela, definir as cores e estampas com coerência para não poluir visualmente a loja. Além disso, é preciso **investir no treinamento da equipe** e mantê-los bem informados.

Tenho algumas manias na hora de fazer compras. Gosto de ver tudo no corpo e não compro sem ver o caimento da roupa. Fotografo tudo para não comprar peças muito parecidas nos outros fornecedores e até para poder comparar peças semelhantes de preços diferentes. Essas fotos me ajudam no treinamento da equipe de vendas.

Meu **sonho de consumo** para este inverno é **um país melhor!** Pagamos impostos absurdos que engolem toda a nossa lucratividade. É triste ver marcas e lojas conceituadas fechando as portas.”

Joana
Nolasco,
Via Flores,
Rio de Janeiro

Martha
Paiva,
Salvador

Martha
Paiva,
Salvador

Neste inverno, nossas **peças chave** são os **casacos longos** e 7/8, **pantalonas curtas** (que são um desafio fashion, mas, com um bom salto, podem alongar a silhueta), **calças alfaiataria, coletes, casacos estilo militar** e **tricô**. Nos shapes, investimos na tendência anos 60, com vestidos trapézio e linha A. Os anos 70 também estão presentes com vestidos largos nos quadris, golas altas e laços nos pescoços. Na cartela de **cor**, nosso destaque vai para o **marrom, laranja queimado, vermelho e verde oliva**, além de estampas animal print com peças de tricô e xadrez (composês).

Minha **dica** para quem trabalha com o varejo é ter **disciplina e foco no cliente**. Oferecer o que as pessoas querem comprar. Antenas ligadas no que está acontecendo no mundo da moda, design, economia, comportamento e arte.

Quando faço compras sempre tiro um tempo para fazer o mix que necessito, verificar preço e as novidades pra não errar.

Meu **sonho de consumo** para este inverno é uma **viagem** com a minha família para o **interior da França.”**

Andrea
El Omeiri,
Bazaar
Fashion,
Curitiba

Joana
Nolasco,
Via Flores,
Rio de Janeiro

Joana
Nolasco,
Via Flores,
Rio de
Janeiro

“ Neste inverno, as **formas geométricas** ainda continuam com muita força. Nas **cores** acredito que o **branco** vai ter sua vez, tanto em um look total quanto fazendo composições com o **preto**. Particularmente adoro look branco no inverno e aposto. Além disso, os tons terrosos e tons de couro natural e camurça e também o vinho – que vai bem com essa palheta de cores – terão seu lugar.

Ter uma loja exige muita dedicação. As pessoas olham o resultado final e muitas vezes acham que é tudo muito fácil e glamuroso, mas é exatamente o contrário. O mercado está cada vez mais competitivo e é preciso muito esforço e criatividade para atingir um consumidor já viu de tudo. Minha **dica** principal é realmente **amar o seu trabalho** e fazer tudo com muito carinho, pensando no cliente em todos os momentos da experiência da compra.

Tenho um método de compras que gosto de seguir. Raramente faço os pedidos nos showrooms. Fotografo tudo, catalogo e faço os pedidos do escritório, já montando o mix da loja. Acho que isso facilita na hora de compor uma coleção homogênea em uma loja com tantas marcas diferentes.

Meu **desejo** para o inverno é uma **viagem para Cuba** para conhecer a famosa ilha antes que o fim do embargo a modifique muito.”

(Andrea
El Omeiri,
Bazaar
Fashion,
Curitiba)

(Martha
Paiva,
Salvador)



Se cada lojista e expositor que passou pela **LojaConceito** saiu dali com uma ideia sobre uma vitrine especial, uma estratégia de venda ou até uma dica de como manter o cliente por perto, já teremos cumprido o objetivo do projeto em que o **SINDIVEST** apostou desde o embrião. É somando forças que o setor da moda vai se fortalecendo!

Michel Aburachid

A CAMINHO DO INVERNO



ABERTURA



VIVAZ



LUÇAS
MAGALHÃES



LLAS



MABEL
MAGALHÃES



LINO
VILLAVENTURA



ANNE EST FOLLE



PLURAL



FAVEN



FABIANA
MILAZZO

123

DICAS PARA O VAREJO EM TEMPOS DE CRISE

A ideia desta compilação surgiu devido ao ambiente contaminado que o país vive, mas também por entender que as vezes podemos estar deixando de lado o beabá do varejo diante de um *zeitgeist* negativo pelo qual o Brasil passa. Acompanhe nossas dicas.

POR MARCOS CORRÊA



MANTER UM CLIENTE É MAIS BARATO QUE CONQUISTAR UM NOVO

A reclamação do mau atendimento por parte de vendedores e gerentes dos mais diversos segmentos é ainda o padrão e não o contrário.

Se não existe investimento na capacitação das equipes fica difícil cobrar desempenho. A realidade de uma competição acirrada é a verdade do mercado hoje, e as vezes conhecer um pouco mais do seu produto, ter uma boa estória para contar, ser gentil são aspectos raros. Se possível, surpreenda e vá um pouco além do atendimento tradicional com um mimo uma pequena delicadeza, que não seja nenhum benefício financeiro, mas simplesmente a valorização deste cliente, que no fim, é quem paga o grosso das contas da empresa.

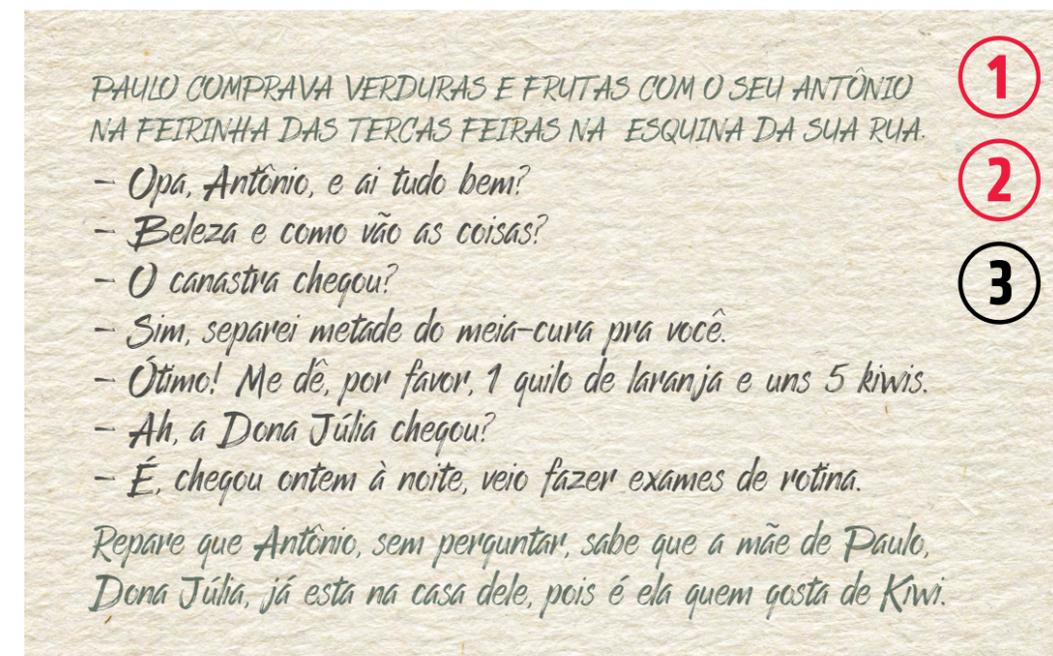


O DIGITAL VEIO PARA FICAR, MAS GASTE BEM SEU TEMPO ANTES DE ENTRAR

Com certeza 100% das empresas e negócios, precisam manter uma presença digital. Seja através de um site, blog ou rede social a análise deve ser feita cuidadosamente, se possível com a ajuda de especialistas.

A presença nas rede sociais é obrigatória, porém qual rede social mais indicada para os objetivos da empresa, qual a estratégia a ser usada e para qual público?

A web é também um espaço onde reputações podem ser criadas com muito trabalho , expertise e dinheiro. De outro lado, os deslizos custam muito à reputação das marcas. Gaste seu tempo avaliando quem faz a diferença no seu segmento.



O VALOR DE UMA BOA EXPERIÊNCIA

Que a maioria dos produtos virou commodities (feijão, minério, calças, sapatos, café...) todo mundo já sabe. A dificuldade tem sido como demonstrar qualidades únicas e benefícios exclusivos quando tudo no mercado é igual ou muito parecido.

Pegue você como exemplo, com certeza várias marcas fazem parte do seu guarda-roupa e qualidade, estilo, durabilidade também já caíram no universo das commodities, a experiência de marca ou de compra, desponta como um das estratégias que podemos e devemos controlar. Começando pelo básico, podemos ir longe.

Pode até soar óbvio, mas não é. Conhecer o seu cliente vai exigir mais do que todos os softwares de CRM (customer relationship management) do segmento entregam, mas às vezes um simples nome próprio, aumenta a sua chance de fechar uma venda. **DE VOLTA AO BÁSICO!**



“ As multimarcas são os principais clientes dos expositores do Minas Trend, sendo responsáveis por mais de 90% do faturamento das confecções do evento. Mas pesquisas apontam que o canal multimarca não está acompanhando o crescimento do varejo no país e, diante disso, tivemos a ideia de criar a LojaConceito. O objetivo é aproximar o varejo da indústria, através de soluções e informações. A primeira edição apresentou resultados muito positivos e, para a próxima, já estamos planejando inovações. Aguardem! ”

Marta Machado

As 10 senhas do inverno

A cada temporada de moda, novos termos, gírias e palavras surgem no vocabulário da turma que circula pelos eventos. Muitos deles são nomes que vêm para adaptar peças que já foram sucesso nas antigas e que estão com tudo de novo. Na 17ª edição do Minas Trend não foi diferente! Para não te deixar feio na parada, a **NDMag** apresenta um miniglossário fashion. Confira!

Por Jr. Mendes

Body Chain
Cropped
Falsiane
Trend
* Geek
Shape
Pantacourt
Gender-bender
Slippers
Gótica
Suave

“

A **LojaConceito** surge da necessidade de renovar e inovar ‘sempre’ o seu negócio. O produto novo precisa estar alinhado com todas as interfaces do ponto de venda, desde o cabide, iluminação, vitrine à música, eles precisam conversar. De nada adianta um vestido incrível em um manequim descascado, não passa a mensagem subliminar, não gera credibilidade, coerência!

”

Adriana Coutinho



Grande aposta das marcas brasileiras, o branco é a cor eleita para o inverno. Veja 10 looks em que ele dá o tom e reina absoluto



Ficha Técnica

FOTO: Weber Padua

ASSISTENTE FOTO: Roberta Peta

STYLING: Inês Yamaguchi

ASSISTENTE STYLING: Letícia Sanabio e Ana Romaneli

BELEZA: Renata Vilela

ASSISTENTE BELEZA: Fernanda Cândido

MODELO: Bárbara Zanco (Ford Models)

CHIC

Espécie de curinga da temporada o vestido midi serve como base para looks que vão do dia à noite. É só jogar com os acessórios e chegar, chegando



Vestido Coven



Saia Estorve

Macacão Mabel Magalhães

PEÇA ÚNICA

Quer peça mais elegante e prática que o macacão? Forte no verão, ele continua sendo imperativo para o inverno, da série "tem que ter"



**ESPORTE
CHIC**

Muito associado às práticas esportivas, o pull aqui ganha status de luxo pelo material (a organza). O resultado são produções hi-lo adoráveis

**Pull
Vivaz**



TEXTURA

Peças trabalhadas com bordados e texturas são aposta certa. acredite no poder do toque

**Casaco
Uff.
Premium**



ESCONDE- ESCONDE

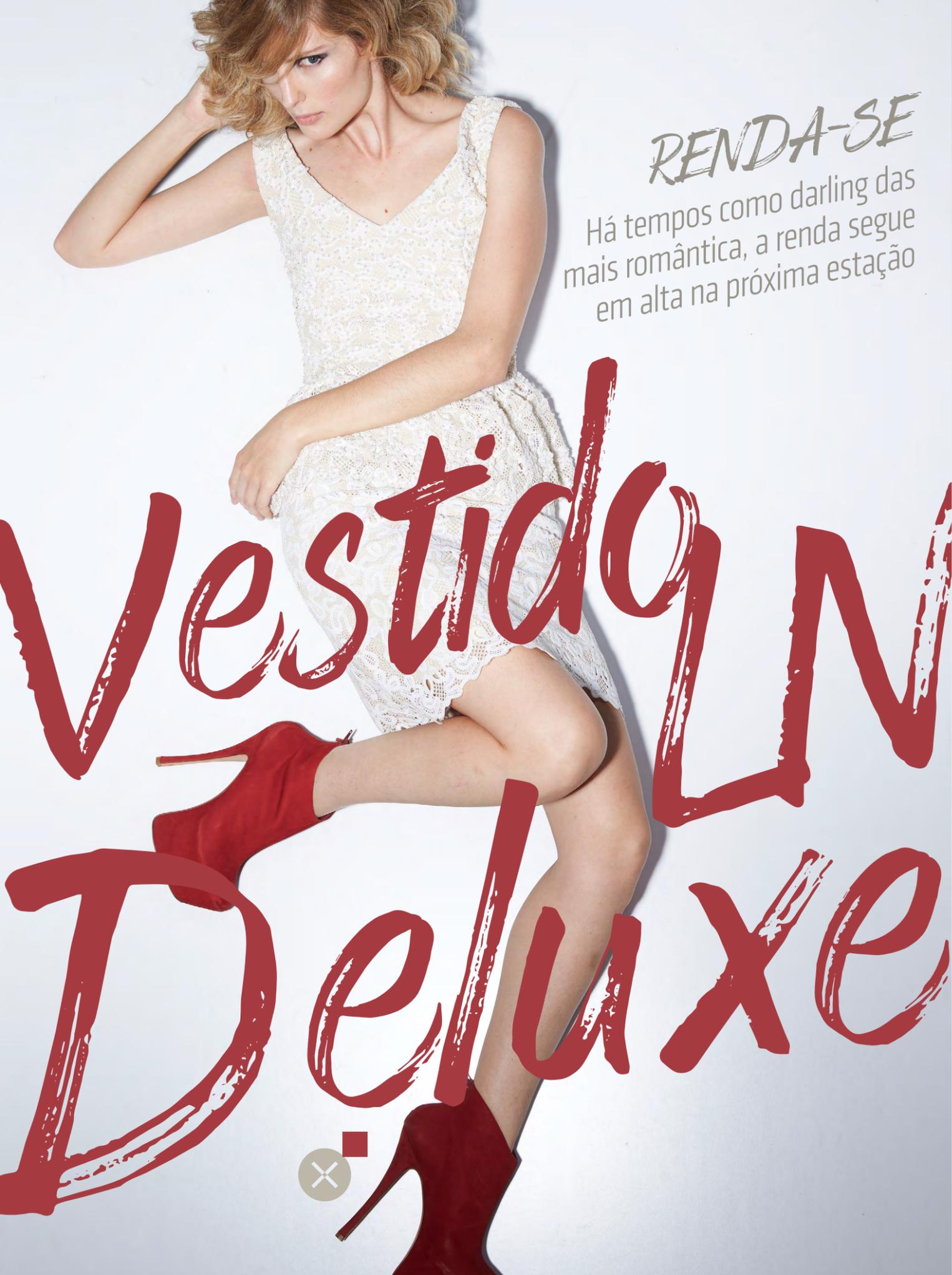
Uma das delícias dos tecidos rendados é a brincadeira de revelar e esconder pedacinhos localizados da pele. O que também é ótimo para quem tem uma temporada de inverno nem tão fria assim

Vestido,
Mangueira

SAIA E BLUSA

Dupla imbatível, a saia e a blusa se encontram também na próxima estação. Uma boa dica é investir nas silhuetas com shape evasê, como a dessa saia pra dar movimento à produção

Blusa
e saia
Arte
SACRA



RENDA-SE

Há tempos como darling das
mais românticas, a renda segue
em alta na próxima estação

Vestido Deluxe



Vestido Anne Fernandes

**ALFAIATARIA
SEXY**

Nada há de substituir a elegância de
uma peça cortada em boa alfaiataria,
ainda mais se ela subverter a ordem
e ainda ganhar um decote. Aposte!

Cropped
Fatima
Scotfield

CROPPED
+ SAIA

Peça essencial do closet,
há algumas temporadas,
o cropped continua
firme no inverno e pede
complemento à altura.

Aqui, uma saia
longa e com fenda
para dar um up
no visual

Saia
Infinita
Couture



M
W

A 17ª edição do Minas Trend foi um sucesso. Mais uma vez, o evento atraiu milhares de visitantes, contribuindo para o fortalecimento de todo o setor. Tudo isso, graças à força e ao talento dos profissionais que fazem da moda um grande negócio.

O DINAMISMO DA INDÚSTRIA DA MODA
ESTÁ NA FORÇA DE QUEM FAZ.



Foto: Zé Takahashi - Agência Fotostile

MINASTREND.COM.BR





“

Pensando na importância de se valorizar a relação entre o cliente e o produto, idealizamos a **LojaConceito**. O estilo deve ser aplicado não só nas coleções, tem que haver uma unidade com a loja e todos os seus objetos, mostrar o produto de forma que ele tenha um apelo emocional. Essa é uma atividade constante que exige manutenção o tempo inteiro. A LojaConceito é uma maneira do lojista vivenciar uma experiência de 'loja ideal' e ter vontade de levar um pouquinho desse universo para o seu negócio.

”

Luciana Souza



ADRIANA COUTINHO E KAINA STEREMBERG



MOEMA BREVES E PODÉ NASTÁCIA



ADRIANA COUTINHO E PENHA DAHER



CYOMARA FANUCCHI



LAIS BRASIL E CARLA CAVENDISH



EQUIPE VEROSSENSE E ADRIANA COUTINHO

WINDO IS WINDO



MARTA MACHADO E BEBEL SCHIMDT



TETÉ REZENDE E ANA MAGALHÃES



MICHELE MANRIQUE E ADRIANA COUTINHO



MARIA EUGÊNIA XAVIER



DENISE BARBOSA



GEORGIANA E STEFANIA MASCARENHAS



MARCELA BAHIA E MARINA LERBACH



MONICA HIAL

Veja quem passou pelo nosso stand



DANIEL MOONEY



DEBORAH ZANDONA



TARCYLLA MIKULSKI ALI E RODRIGO POLINI



ANACELLI FEIJO



ADRIANA COUTINHO, ANA E LÚCIA VILELA



LU NACIE

Expediente

DIREÇÃO GERAL

Natália Dornellas

DIREÇÃO DE ARTE

Tetê Carneiro

CONSELHO EDITORIAL LOJA CONCEITO

Adriana Coutinho,
Luciana Souza,
Marta Machado

REDAÇÃO

Cecília Barbi
Jr. Mendes
Natália Miranda

TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO

Martinika

FOTOGRAFIA

Agência Fotosite
Laura Alvarenga
Mariana Guimarães
Weber Padua
Assistente Weber

MODA

Inês Yamaguchi
ASSISTENTES:
Ana Romaneli
Letícia Sanabio

BELEZA

Renata Villela
Fernanda Cândido

MODELOS

Barbara Zanco
(Ford Models)

ND INC

GERÊNCIA COMERCIAL:
Adriana Monteiro
COORDENAÇÃO
NDCONTEÚDO:
Natália Miranda

ND AGRADECE

Pedro Lázaro

LOJA

CONCEITO

REALIZAÇÃO

- SINDIVEST_MG

PATROCÍNIO

- ATS
- CLARITEK
- EXPOR
- FABRIKIND
- REFIATE
- RONA

PARCEIROS

- JARDIN
- USE FASHION
- VAREJO DE IDEIAS

APOIO

INSTITUCIONAL

- FIEMG
- SEBRAE

APOIO

- FUMEC
- SENAI

LOJACONCEITO.
COM.BR