

GUIA

PESQUISA DE MODA

por Cristina Marinho



INTRODUÇÃO

A pesquisa de moda envolve investigação e registro de informações. Sobretudo, ela fornece inspiração para o direcionamento de uma coleção, para a criação de um novo negócio ou tipo de produto, ou simplesmente para ampliar os horizontes e perspectivas em sua vida.

Este guia foi elaborado para lhe ajudar através de **10 passos** a ter uma pesquisa de moda proveitosa durante o grupo “**Viagem de Moda & Varejo**” ou outras viagens de pesquisa que você for realizar. Vamos lá?

01.

VÁ COM IDEIAS EM MENTE PARA CONFIRMAR

Antes de viajar, pesquise algumas informações de tendências que os grandes estilistas já apresentaram em seus desfiles desta coleção. Assim, você confirmará as informações e escolherá o caminho a seguir na sua coleção. O nosso **e-book de tendências** é uma boa fonte para isto.

Faça também um **checklist** de suas principais necessidades de ideias para a sua próxima coleção. Mais adiante você verá como fazer este checklist. Fazendo esta organização pré-viagem, você já vai com um direcionamento definido e tem a sua pesquisa otimizada.



02.

COMECE A PERCEBER ELEMENTOS QUE SE REPETEM

Uma **tendência** é uma manifestação comum a um número maior de pessoas e que vai de encontro a algum momento emocional e político que vivem estas pessoas. Portanto, à medida que você for analisando os produtos, suas cores, os seus materiais e formas, e ver alguns **elementos se repetindo**, eis uma tendência.

Um bom lugar para começar é na **Galeries Lafayette**, em Paris. Neste local há uma amostra de todas as marcas e propostas do mundo, expostos em pequenas ilhas dispostas pelos corredores. Ao circular por este grande espaço, observe elementos que se repetem, como um tecido, uma gola, uma cor, um acabamento. Caso você perceba que determinado elemento é repetido por mais de 3 vezes em marcas diferentes, você estará diante de uma tendência. Quando estiver nas lojas de departamento, observará estes mesmos elementos, mas inseridos em um produto bem comercial e de forma suavizada.



03.

ENTENDA A DIFERENÇA ENTRE OS LUGARES QUE VISITARÁ

Em todas as cidades de pesquisa existem **lojas conceituais** e **lojas comerciais**, como as lojas de departamento. Nas lojas conceituais você irá ver as **inspirações isoladas**, em um detalhe, uma gola, um punho, um bordado. Nestas lojas você também começará a ver sinais da próxima estação, do ano seguinte. Aproveite para perceber a excelência na exposição, na construção do produto e na atmosfera de cada loja.

Já nas lojas de departamento, você verá as peças de forma **bem comercial**, prontas para o consumidor final. Tenha em mente que estas lojas visam o alto consumo e por isso criam produtos baseados em muitas pesquisas para obter o maior acerto possível. Portanto, todos estes produtos são de venda certa!

Além desta diferença entre os tipos de lojas, cada cidade visitada tem muitas informações diferentes. Estes são alguns dos principais destinos para pesquisa de moda na Europa e suas peculiaridades:

PARIS

A cidade **berço da moda** e do varejo. É também onde os consumidores mais levam a sério o “vestir-se bem”. Os parisienses encaram o vestir-se bem como um elemento importante para a qualidade de vida.

Tudo em Paris é mais voltado para o extremamente correto e perfeito. Você irá observar como os produtos são impecavelmente expostos, para serem atrativos aos olhos. As **vitruines** são muito organizadas, pois no varejo de Paris várias técnicas de equilíbrio são usadas nas vitrines, para valorizar os produtos e atrair o olhar. E aqui, não só as lojas de moda, mas também as confeitarias fazem vitrines muito inspiradoras, e todos os tipos de produtos são tratados como joias.

Os parisienses são um pouco mais sisudos, e às vezes são impacientes no atendimento, principalmente porque percebem que brasileiros são indecisos e demoram a fazer suas escolhas. Mas nada que um bonjour (bonjurr - bom dia) ao chegar ou s'il vous plait (si vu plê - por favor) ao terminar uma frase, não os faça se renderem.



LONDRES

Tudo é mais moderno, vibrante e urbano. Um excelente lugar para **observar as pessoas** e como elas se vestem e se comportam, pois sabem misturar de maneira elegante estilos como o punk e o grunge. As lojas em Londres têm um visual mais jovem e as exposições são mais inusitadas e ousadas. É um excelente lugar para você abrir sua mente e expandir suas ideias.

Londres é a cidade com produtos mais comerciais para serem observados, isto é, com a tendência já bem traduzida para o consumo. As lojas de departamento são muito bem segmentadas e recheadas de inspirações concentradas. É uma cidade com **grande produtividade** na pesquisa.

Os preços para compras são bem atrativos e aqui pode-se observar uma moda mais comercial nas lojas. Sem contar que a maioria dos londrinos são extremamente educados no atendimento!

BERLIM

É uma cidade cosmopolita, no centro da Europa, criativa e pulsante. Berlim mistura a super organização e certa “sisudez” do alemão, com uma modernidade muito reforçada pela arte, refletindo uma **moda bem jovem**, que se destaca muito no **street style**.

Considerada a “Cidade Design” pela Unesco, aqui você irá encontrar muitas inspirações por todos os lados e em locais inusitados. Você irá perceber muito elementos da moda com uma mentalidade mais **ecológica e natural**.

Em Berlim há muitas marcas locais, que tornam sua pesquisa ainda mais diversificada. Não deixe de ir nas lojas da praça **Kurfürstendamm** e da rua **Friedrichstrasse**.

Os alemães são mais objetivos em suas abordagens no atendimento. Ao chegar em algum lugar, cumprimente com “guten morgen” (bom dia) ou “guten tag” (boa tarde). Fale “danke” para dizer obrigado.



BARCELONA

Aqui você se sente em casa, por se parecer bastante com o espírito do Rio de Janeiro. "Barcelona é o Rio de Janeiro que deu certo". Você verá as lojas com opções bem coloridas e as pessoas da cidade usando roupas mais curtas e frescas. Ótima cidade para ideias de **produtos e estampas**. Tem uma moda bem vibrante e tropical. Muitas lojas são de marcas locais, bem diferentes e exclusivas.

Desde os shoppings da cidade, como também as lojas de rua, tem marcas menores, mas bem sucedidas e com produtos feitos para consumidores com o perfil próximo do brasileiro.

Os catalães, como são chamados os nascidos em Barcelona, são muito agradáveis. Você vai ouvir muito a expressão "si us plau" (a pronúncia é igual a escrita) e significa "por favor".

AMSTERDÃ

Aqui tudo é possível. É a cidade com a proposta de ser a **mais vanguardista** do mundo! Aqui tem clima de festa todo dia, o dia inteiro.

Os amsterdanenses varejistas amam seu negócio e se sentirão lisonjeados com sua presença. Se deixar, ficam horas contando como criaram cada produto. Em um único lugar, você pode observar o comportamento das pessoas, lojas inusitadas e vitrines ousadas. Excelente para pesquisar moda jovem!

A maioria das lojas ficam nas ruas, ao lado dos canais. Mas tem também um shopping bem no centro, o **De Bijenkorf**, muito bom para pesquisar lingerie e infantil. Vale a pena almoçar no último andar deste shopping. Vários tipos de comida, com ótimos preços, e em um lindo lugar.

A moda de rua tem excelentes ideias, ainda mais que as pessoas de Amsterdã fazem muitas compras em brechós e montam look incríveis.



MILÃO

Aqui você também se sente um pouco em casa, pois muitos elementos culturais lembram o Brasil.

O mais interessante de Milão é como a moda é percebida como um **negócio** que gera muito dinheiro e está em todos os lugares, desde a estação de trem, no discurso das pessoas e até nos pontos turísticos. Aqui você observará uma moda mais sensual. Os milaneses se vestem muito bem e de forma despojada.

No **Quadrilátero d'Oro** observe e analise os lançamentos dos grandes estilistas com tranquilidade. E depois vá para as lojas de rua perceber os produtos bem comerciais.

Os milaneses são muito simpáticos no atendimento. Em italiano há uma expressão mágica que é “prego” Use ela sem moderação para: por favor, de nada, ok, claro, pois não, muito prazer, pode passar, à ordens.

04.

FOTOGRAFE MUITO PELAS RUAS

A fotografia será a **melhor forma de registro** de suas pesquisas. Como você andará muito por diversas ruas, será uma grande oportunidade para captar muitas informações, pois ninguém o impede de fotografar, e além do mais é de graça.

Ao andar pela rua, fotografe portões, detalhes de portas, cores de janelas, logomarcas de lojas, embalagens e cores de flores. Tudo isso poderá servir de inspiração ou virar filigrana de calça, por exemplo. Fotografar frases, cartazes, menus de restaurantes também lhe ajudam a organizar as informações depois da viagem. Nos passeios, também busque ideias de detalhes e cores. Dica: se ganhar ou comprar uma revista, fotografe suas páginas de interesse, em vez de trazer uma pesada revista que tem apenas algumas páginas que você iria utilizar.

Também aproveite para **fotografar pessoas**. É algo como “eu sou você amanhã”, pois o que estas pessoas estão usando no momento, poderão virar hits no Brasil na próxima estação. Fotografe pessoas com visual diferente. Estas pessoas podem estar no aeroporto, no hotel, na cafeteria ou dentro de uma loja. Não perca nenhuma oportunidade. Eu mesma já vi estilistas correrem atrás de uma pessoa para fotografá-la, só porque seu look era interessante. A forma como os europeus compõem seus looks também são interessantes: as combinações, o uso de sobreposições, os acessórios e até mesmo sua postura são inspiradoras.

Você também pode fotografar as **vitruines**. A grande maioria das lojas de rua não impede de fotografar vitruines. Apenas nos shoppings que é preciso ser discreto ao fotografar, pois os seguranças podem lhe pedir para parar. Dica: coloque seu amigo em frente a vitrine e finja que está lhe fotografando, como um turista bem entusiasmado!



05.

NAS LOJAS, FOCUE PRIMERO O SETOR PARA O QUAL DESEJA CRIAR

Se o seu segmento é feminino, procure primeiramente o setor feminino das lojas. Se é lingerie, procure primeiramente o de lingerie. Assim você **otimiza a sua visita**. Também tenha em mente qual o estilo do seu negócio. Se é mais romântico, foque nas lojas com este estilo.

Contudo, principalmente nas lojas de departamento, como H&M, Zara, Topshop, Primark, Forever 21 e Bershka, não deixe de visitar rapidamente os outros setores, pois pode encontrar **insights e soluções** para o setor que você cria. Você pode encontrar modelagens diferentes no setor masculino, que pode usar em produtos femininos. Até mesmo no setor de decoração de casa, pode encontrar estampas, acabamentos, bordados, que poderá usar em suas criações. Além de ser bom para refrescar a mente.



06.

CUIDADO E FOCO AO FOTOGRAFIAR NAS LOJAS

Na grande maioria das lojas, **não é permitido fotografar**, assim livremente. Na Europa, fotografar produtos simboliza a intenção de cópia. Mas, como você quer e precisa, tome algumas precauções. Desative o flash de sua máquina e qualquer “bip” barulhento que ela possa fazer e carregue ela discretamente na mão. Tente também não levantar muito a mão ao fotografar. Carregar uma máquina grande no pescoço não é nada discreto, além de fazer você ser identificado rapidamente como um turista.

Atualmente, é muito comum que a câmera do celular seja tão boa quanto uma câmera compacta dedicada. Faça um teste nas lojas do shopping em sua cidade para comparar o resultado das fotos (principalmente em situações de pouca luz) e também ver qual é mais rápida e fácil de operar. Se for utilizar o celular para registrar a viagem, tenha certeza que você **tem espaço disponível** e leve um carregador externo de bateria. Uma dica é deixar o modo avião ativo para economizar bateria. Nisto as câmeras compactas levam vantagem, por terem memória e bateria dedicados apenas para as fotos.

Fuja dos olhares dos **seguranças**, pois eles são treinados para de longe observar quem está fotografando produtos. Se algum segurança, pedir para parar de tirar fotos, peça desculpas (as pronúncias são: sorry (inglês), excuse muá (francês), lo siento (espanhol). Se ainda o segurança pedir para que você delete as fotos da máquina, **faça-o na hora**. Caso contrário, ele pode expulsá-lo da loja ou querer tomar sua máquina.

Uma outra alternativa é levar peças para o **prorador** e fotografar. Leve de 4 a 6 peças, e que sejam do seu tamanho, caso contrário, podem desconfiar. Como também, se for mulher, só poderá levar ao provador, peças femininas. O ponto negativo desta forma é a demora. Seja discreto e devolva as peças no cabide, ou dobradas. Ao escolher as peças, foque no que você gostou daquela peça, a estampa, a manga, o visual da peça... para não fotografar coisas que depois não servem para nada e você perdeu seu tempo fotografando.

Análise também nas lojas, os botões das peças, os acabamentos/detalhes internos, as técnicas de estampas, as etiquetas e tags, a sacola da loja, os detalhes de decoração da loja, disposição dos manequins, composição dos looks. Se desejar fotografar mais do que 6 peças, pelo menos compre uma peça da loja. Afinal você está levando informação deles.

Outra dica é fotografar as peças que comprou ao chegar no quarto. Assim pode organizar melhor sua pesquisa. Caso esteja viajando em um grupo de pesquisa, lembre-se também que sua colega de quarto pode ter comprado peças de seu interesse, fotografe-as também e **compartilhe seus achados**.



07.

VÁ COM UM CHECKLIST DE SUAS NECESSIDADES

Ao sair do Brasil, já vá com um **checklist de suas necessidades** que podem ser por exemplo: mangas diferenciadas, formas diferentes de costura de gola, procura de texturas, estampas com florais, etc.

Antes de viajar, reúna na sua empresa, as pessoas que poderão utilizar a informação que você irá trazer da viagem e pergunte a elas quais são suas necessidades.

De vez em quando no decorrer da viagem, confira o seu checklist. Para que assim, não chegue no final da viagem e perceba que esqueceu de pesquisar alguma necessidade de informação.

Cuidado! Pois é muito fácil **perder o foco** em uma viagem de pesquisa e ela não ter muita utilidade. Isto é uma vantagem de viajar em um grupo que tem como objetivo a pesquisa, é mais fácil se manter focado e produtivo.





08.

COMPRA PEÇAS QUE VALEM A PENA

Se na sua pesquisa tem verba disponível para comprar, você deve fazer uma **análise criteriosa** e comprar somente peças que possuem modelagem diferenciada, costuras inovadoras, cortes, detalhes difíceis de fotografar ou de explicar, ou até mesmo alguma peça que você não conseguiu fotografar. Senão, você acabará gastando inutilmente e ocupando espaço na sua mala.

Pense que você poderá montar um showroom/acervo de peças diferentes na sua empresa. A não ser que seja uma peça para você, que com certeza irá utilizar, então neste caso, não há limites (além o do cartão de crédito e do peso da mala).



09.

TENHA SEMPRE UM BLOQUINHO E CANETA EM MÃOS

Um estilista ou designer deve sempre andar com um **caderninho e caneta**. Sente-se e anote o que você viu, faça um rascunho do visual ou do lugar que lhe agradou. Olhe para o objeto que você gostou e não pode fotografar e feche os olhos tentando lembrar a imagem. Todo estilista tem boa memória visual, tire proveito disto.

Tenha também anotado e de fácil acesso o **checklist** das principais necessidades de ideias para sua próxima coleção, como já comentamos no **item 7**.



10.

ORGANIZE SUAS DESCOBERTAS

Ao retornar de sua viagem, dedique um bom tempo na **organização** de suas descobertas. A boa organização garante o fácil acesso a todo o conteúdo pesquisado. Um bom caminho é dividir suas fotos nas seguintes pastas:

- 1) Cores
- 2) Formas e estruturas (modelagens)
- 3) Detalhes (pespontos, bolsos, punhos, golas e fechos)
- 4) Texturas (tecidos e acabamentos)
- 5) Estampas (rotativas e localizadas)
- 6) Comunicação (cartazes, etiquetas, folders, catálogos)
- 7) Pessoas (que serão os consumidores fotografados na rua)

Você verá que uma mesma imagem poderá fazer parte de duas pastas diferentes.

E não se esqueça de **fazer um backup** das fotos originais, afinal, as fotos são uma grande parte de todo o seu trabalho de pesquisa.

CONCLUSÃO

Uma viagem de pesquisa tem muita relevância, por conta disto, todo este preparo e organização são fundamentais para que ela seja executada da forma mais eficaz possível, trazendo retorno sobre o investimento e gerando lucro para o seu negócio. Seguindo os 10 passos deste guia, você com certeza realizará uma viagem muito produtiva!

VIAGEM DE MODA & VAREJO

GRUPO DE VIAGEM DE PESQUISA PARA EUROPA

A **n.marinho moda** realiza há mais de 10 anos grupos de viagem com destino à Europa, com o objetivo de pesquisar tendências de moda e varejo, com roteiros muito produtivos, com grande diversidade de ideias e em diferentes cidades. Você **pode fazer parte** deste grupo e usufruir de toda a nossa experiência em viagens internacionais.

➡ Clique aqui e saiba mais.



N.MARINHO TREND

SERVIÇO DE PESQUISA DE TENDÊNCIAS DE MODA

Com o **n.marinho trend** sua empresa tem acesso às últimas tendências do varejo europeu, sem precisar realizar uma viagem de pesquisa. É uma forma econômica da sua empresa ter informações atualizadas para criar suas coleções.

Fazemos a pesquisa específica e **exclusiva**, captando tendências para os segmentos do seu interesse e de acordo com o seu briefing. Você receberá de 500 a 1000 fotos, todas organizadas por produtos e tendências, e uma apresentação do material.

➡ Clique aqui e saiba mais.

E-BOOK DE TENDÊNCIAS

INFORMAÇÕES CONFIÁVEIS PARA VOCÊ CRIAR SUA COLEÇÃO

Como resultado de nossas **viagens de pesquisa** e também da análise criteriosa dos principais desfiles de moda internacionais, criamos a Palestra e o E-book de Tendências.

Este material digital auxilia a equipe de criação no direcionamento certo de suas coleções, pois todas as tendências têm como foco o gosto do **consumidor brasileiro** e sempre considerando o lado comercial dos produtos. Além de contar com um conteúdo exclusivo sobre o consumidor e o mercado brasileiro de moda.

➡ Clique aqui e saiba mais.

CONTATO

SOLUÇÕES EM MARKETING DE MODA

Entre em contato e conecte-se com a n.marinho marketing.
contato@nmarinho.com.br

www.nmarinho.com.br



47 3325-2708



[nmarinhomoda](#)



[nmarinhomkt](#)

