**INOVAÇÃO NO MERCADO DE CONSULTORIA DE IMAGEM E ESTILO.**

Mayara Medeiros

Murilo Sabino

**RESUMO**

O presente artigo tem como intuito demonstrar mudanças que ocorrem no mercado de consultoria de imagem e estilo. A estrutura do artigo foi desenvolvida com base nas mudanças de mercado que fazem com que grandes empresas se reinventem para continuarem competitivas em seus segmentos. Aqui são apresentados fatores que influenciam diretamente no mercado de moda brasileiro e também a criatividade e inovação para recriar o serviço de consultoria de imagem e estilo.

**INTRODUÇÃO**

O mundo da moda abrange cada vez mais pessoas e a elitização se dissipa cada vez mais, configurando um cenário de transformação e flexibilidade que afetam as grandes produtoras e também aqueles que são dependentes deste mercado, quer seja por revenderem peças ou oferecem serviços especializados. As mudanças tecnológicas e de tendência possuem impacto direto sobre os cargos e responsabilidades dentro do mercado de trabalho, nascendo uma nova necessidade que se cria sobre os desejos das classes menos abrangidas.

Com as alterações nos perfis de consumo e com o poder de compra mais alto, os consumidores estão cada vez mais exigentes e, para alcança-los, é necessário um esforço ainda maior por parte das empresas que buscam atingir consumidores no mercado de varejo. Dessa forma, é importante que se pense em inovação e em modelos de empresas cada vez mais personalizados, dando ao cliente a impressão de que aquele produto foi pensado somente para ele.

Quando trata-se em Moda de Varejo, pode-se pensar em empresas muito

bem estabelecidas do segmento, que oferecem a seu público – um tanto diverso

– um conceito de fast fashion, com grande variedade e rotatividade de itens,

porém, não existia ainda um mercado de fast fashion que se preocupa em fornecer não só o melhor produto possível por um preço razoável, mas sim uma consultoria que vá garantir que consumidor está adquirindo a melhor peça possível de acordo com seu estilo de vida e nível social.

A alternativa criativa que contorna a forma de pensar atual sobre os serviços de consultoria de imagem e estilo, busca oferecer um serviço de moda que seja acessível às classes C e D, mas que também preste consultoria para que esses consumidores tenham oportunidades de aprender quais as situações em que determinados tipos de vestuários se encaixam. Assim, é possível agregar maior valor as peças vendidas e garantir uma melhor experiência para o consumidor.

**MODA, IMAGEM E ESTILO**

A palavra moda tem sua origem do latim *modus,* cujo significado é modo. Modo de vestir-se, pensar, expressar seus ideais e sentimentos. No dicionário, moda é:

**moda**, s. f. (fr. mode). 1. Uso corrente. 2. Forma atual do vestuário. 3. Fantasia, gosto ou maneira como cada um faz as coisas. 4. Cantiga, ária, modinha. 5. Estat. O valor mais frequente numa série de observações. 6. Sociol. Ações contínuas de pouca duração que ocorrem na forma de certos elementos culturais. (Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa, 1980, p.1156)

Entende-se por moda tudo aquilo que remete ao glamour, futilidade e superficialidade (LIPOVETSKY, 1989). Entretanto, as pessoas esquecem que moda está presente no seu cotidiano e interfere diretamente na sua vida, no seu convívio social e no seu ambiente de trabalho, pois ultrapassa a ideia de referir-se apenas á roupas, mas sim ao comportamento do ser humano, literatura, música e outros movimentos que variam de acordo com o tempo.

 Todos estão sujeitos às tendências da moda, até mesmo aquelas pessoas que dizem não se importarem com isso. Fato comprovado por diversos portais eletrônicos e pelo site Moda Brasil, que aponta crescimento do setor e 13% do PIB brasileiro no ano de 2003.

 Ter uma boa imagem é fundamental para o sucesso e auto estima, além de influenciar também na saúde. Nem todas as pessoas sabem quais peças devem ser usadas em cada ocasião e quais são mais indicadas para seus biótipos, também levando em conta os fatores externos, como o clima.

Além dessa dificuldade, existe também a necessidade de ficar atento as mudanças frequentes na moda e nos dias de hoje, isso requer tempo hábil.

Assim surge a necessidade de um profissional capacitado que possa atender as necessidades do cliente e vesti-lo de acordo com a situação, transmitir uma boa impressão é essencial pois vivemos em uma época que a aparência é extremamente importante.

**O NOVO PERFIL DO CONSUMIDOR DE MODA**

Quando um público se acostuma com algo, isto deixa de ser novidade e vai perdendo visibilidade. O mesmo ocorre em um mercado saturado,é difícil competir e apresentar inovações que atraiam mais clientes.

Marcas que já possuem seus produtos consolidados e não têm como crescer mais no seu mercado buscam ter parte em outros mercados, é o caso de uma das maiores marcas do mundo, a Coca-Cola, que além de ter em seu cartel de produtos os refrigerantes, agora também comercializa suco, água e, uma grande inovação para uma marca do seu segmento, roupas.

Os profissionais que atuam com o serviço de consultoria de imagem e estilo ainda não desenvolveram essa visão inovadora e por isso perdem muitas oportunidades, visto que a classe C, que é uma classe pouco abordada por aqueles que oferecem esse tipo de serviço, é aquela que dedica maior parte da sua renda para artigos ou serviços considerados de luxo - cerca de 44% da renda mensal. Resultado 9% maior do que a média geral dos brasileiros (SPC Brasil, 2015)

Isso aponta um cenário favorável de atuação, pois encontra consumidores que desejam ter sua imagem aperfeiçoada por meio de roupas escolhidas por um consultor capacitado para tal. Este é um serviço de luxo que traz status para aqueles que o contratam.

Isso é reforçado quando trata-se de eventos que exigem maior formalidade, como no caso de entrevistas de emprego e casamentos. De acordo com um levantamento feito pela FecomercioSP, a classe C é a que mais gasta com o dia do matrimônio, seja em decoração, festa ou aluguel de roupa.

**IMPACTO TECNOLÓGICO**

O futuro da sociedade gira em torno do avanço tecnológico e no mundo da moda isso não é diferente. Os avanços tecnológicos que acontecem constantemente permitem que cada vez mais pessoas tenham acesso a informações que antes eram consideradas privilégio de classes mais favorecidas.

 As consultorias de imagem e estilo sentiram diretamente esse impacto pois formas inovadoras de atendimento foram criadas, é o caso das consultorias via aplicativos de smartphones.

 Estes aplicativos interativos permitem ao público enviar fotos dos seus looks e serem avaliados por uma equipe de profissionais, fazendo com que as pessoas se tornem mais seguras e confiantes ao usar peças que sejam do seu agrado e valorizem sua imagem pessoal. É como funciona o "Roupologia", criado por Gabriel Roizner e Nathan Schorr. "Percebemos que faltava um app que fosse significativamente importante para as usuárias e notamos que nem todos têm condições de dispor de personal stylist", dizem os criadores.

 Além desta opção, consultores de imagem e estilo também utilizam as redes sociais para prestarem seus serviços. Essa forma criativa de utilizar a internet para ganhar dinheiro com seus serviços que antes eram feitos somente de forma presencial gerou grandes vantagens competitivas: maior alcance, visibilidade e redução do preço cobrado por hora do serviço.

**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A criatividade é essencial para esse objetivo. Realizar processos de diferentes formas, criar novos usos para um produto, enxergar as coisas de novas formas pode ser o diferencial que atraia o sucesso para o indivíduo/empresa. Também pode ser usada em um momento de crise, o que não é difícil de acontecer no cenário atual pois vive-se um período de instabilidade.

Apesar do cenário favorável para a indústria da moda e aqueles que dependem desse mercado, a ideia de abranger um novo público torna-se interessante pelo simples fato de essa estratégia apontar uma nova fonte de renda em um segmento necessário na vida do ser humano que aponta seus valores e comportamentos, e busca fazer com que a pessoa sinta-se cada vez melhor com a imagem que esta vê refletida no espelho.

**REFERÊNCIAS**

BUENO, MARIANA. **Aplicativo de moda oferece consultoria de profissionais para escolher o look.** Disponível em: <https://www.vix.com/pt/bdm/moda/aplicativo-de-moda-oferece-consultoria-de-profissionais-para-escolher-o-look-0> Acesso em: 02/11/2017.

FECOMERCIO. **Gastos com casamento no estado de São Paulo ultrapassam R$ 3 bilhões ao ano.** Disponível em: <http://www.fecomercio.com.br/noticia/gastos-com-casamentos-no-estado-de-sao-paulo-ultrapassam-r-3-bilhoes-ao-ano> Acesso em: 03/11/2017.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

SPC BRASIL. **Brasileiros gastam cerca de R$ 18 mil por ano com produtos de luxo.** Disponível em : <https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st \_imprensa/mercado\_de\_luxo\_release3.pdf> Acesso em: 02/11/2017.