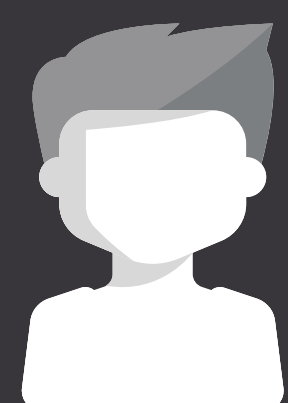


O FUTURO DA MODA ESTÁ NO INDIVIDUAL

A personalização chegou para ficar. Do café ao guarda-roupa, à música que você escuta e à sua seleção preferida de filmes, todas as indústrias foram atingidas pela personalização e agora não há mais volta.

A personalização é uma abordagem multifacetada para atender os clientes. Ela pode ser aplicada a um produto, serviço ou uma experiência. **A personalização é a principal forma de auto expressão e experiência individualizada.**

SENTIR-SE ÚNICO É VITAL



74%

de Millennials e GenZ estão interessados em comprar produtos personalizados ao seu gosto/feitos especificamente para eles

42%

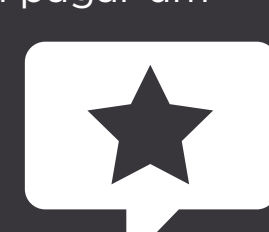
Já personalizaram pelo menos um produto para eles mesmos



Clientes estão dispostos a pagar um

20%

Premium por um produto personalizado



41%

De grupos de todas as idades expressaram interesse em comprar roupas personalizadas

O VALOR DA PERSONALIZAÇÃO



“Eu uso o que crio.”

Gerente de produto, marca de moda internacional



MARCAS

“A personalização poderia ajudar a expressar valores pessoais, usando o apelo da marca como suporte.”

Gerente de produto/pesquisa e desenvolvimento, marca de moda internacional



VAREJISTAS

“A personalização oferece a oportunidade de propor um produto, um serviço ou entregar uma experiência única através da nossa estratégia omnichannel.”

Gerente de produto/imagem de marca, marca de moda internacional



FABRICANTES

“Para cumprir essa demanda crescente, os fabricantes precisam adaptar suas soluções de corte para integrar a personalização.”

Diretor de produção, marca de moda internacional

E A MODA?

A entrega da personalização em escala levará a um grande crescimento e a uma forte vantagem competitiva para as empresas de moda

A indústria da moda está **mudando** mais rápido do que nunca. As necessidades e os comportamentos de clientes estão se tornando mais **s sofisticados**, mais **impulsionados pelas necessidades** e mais difíceis do que nunca de se prever.

Marcas, varejistas e fabricantes estão sob muita **pressão**, mas, na verdade, eles encontraram uma **mina de ouro de oportunidades de negócios**. A personalização é uma das mais promissoras.

A personalização na moda emergiu como a **tendência nº 1 em 2018**. A personalização é vista como “o futuro” da moda. Ela terá um papel vital na revolução da moda, criando a alternativa à moda rápida, trazendo valores individuais verdadeiros e responsabilidade social em seu coração.



QUAIS SÃO AS OPÇÕES DISPONÍVEIS PARA QUE AS MARCAS, OS VAREJISTAS E FABRICANTES DEEM UM PASSO EM DIREÇÃO A UMA NOVA ERA DA MODA?

“Os tipos de Personalização que você escolher, Customização e Feito sob medida, depende das características dos seus negócios: seu tamanho, estratégia, pegada global, modelo de receita e valores centrais.”

Diretor de desenvolvimento de produto, marca de moda internacional



Customização é um processo colaborativo. A participação do cliente é fundamental.

Porém, a customização não envolve modificação de padrões. Ela é realizada com base em uma gama de tamanho e linha de produto existentes.



Feito sob medida é adaptado a uma morfologia individual.

Além dos benefícios da customização, possui as vantagens de um estilo alterado. Modificações são realizadas a um padrão existente.

CUSTOMIZAÇÃO OU FEITO SOB MEDIDA AMBOS OFERECEM VÁRIAS VANTAGENS

Moda para as massas



Design



Desenvolvimento



Enviar pedido de produção



Produção em massa



Venda



DESPERDÍCIO

Moda para o indivíduo



Design



Desenvolvimento



Venda



Enviar pedido de produção



Produzir sob demanda



CONSUMIDOR

■ Melhorar o fluxo de caixa
■ Inventário mais barato

■ Custos cobertos antecipadamente

■ Menos desperdício

AGORA É HORA DE ATENDER AO DESAFIO DE PERSONALIZAÇÃO

1

Está bem claro. O cliente quer se sentir único, cocriar e ter uma alternativa rápida.



Marcas, varejistas e fabricantes precisam tomar um passo ousado em direção à nova era da moda: movida pela inovação e automação, a tendência é estar mais rápida e, ao mesmo tempo, lucrativa.

2

“Para serem bem-sucedidos, marcas, varejistas e fabricantes precisarão investir em novos produtos digitais e ferramentas que colocam o cliente, serviço e produto no centro da sua estratégia. A chave para o sucesso é criar um ecossistema que inclui todos os participantes.”

Especialista da indústria da moda

Fontes: dados do relatório de personalização YPULSE (2017), Deloitte UK (2015), relatório The State of Fashion McKinsey 2018, citações das entrevistas da Lectra com especialistas da indústria da moda.



@LectraOfficial



Lectra



LectraOfficial



Lectra

LECTRA

Empowering customers through industrial intelligence