

WanitaSoul da las claves para crear una marca de moda desde cero hoy en día

La moda es un sector donde el éxito fluctúa a una velocidad pasmosa. ¿Es posible crear hoy una marca de moda que no sólo tenga la capacidad de triunfar sino que además pueda mantenerse exitosamente durante un largo periodo de tiempo? Existen algunos factores clave que cualquier emprendedor del sector debería tener en cuenta

Inversión: Para poder generar un negocio alrededor de la moda se hace imprescindible una inversión inicial. No todos los modelos de negocio ni todos los proyectos requieren las mismas inversiones. Se hace imprescindible contar con un plan de negocios que se ajuste a la realidad lo máximo posible. Sólo a partir de ahí se podrá generar una estimación de la cuantía y buscar vías de financiación.

Conocimiento del público: Para poder lanzar un proyecto competitivo, se hace imprescindible estudiar con el máximo detalle cuál será el target. Sólo a partir del conocimiento de los clientes potenciales será posible establecer una estrategia de marketing efectiva y un diseño de producto capaz de empatizar con el consumidor.

Nichos poco saturados: Conocer el estado en el que se sitúa el mercado de la moda resultará fundamental. Por ello, elaborar un estudio de mercado será algo muy recomendable para poder posicionar el producto de forma competitiva y rentable dentro de la industria. El posicionamiento a partir de la segmentación del mercado es una de las estrategias más efectivas. No todos los nichos están tan masificados por la competencia. Por ejemplo, la moda femenina es un nicho que está bastante saturado. Sin embargo, la ropa orientada a niños y hombres son entornos que dan mayor margen de maniobra: No existe tanta competencia y hay más posibilidades de innovar. En cualquier caso, dentro del universo masculino por ejemplo existen igualmente dimensiones que están más masificadas que otras. Por ejemplo, el diseño de ropa para deportes de riesgo no está muy saturado por lo que existe mayor posibilidad de innovar a este nivel.

Formación: El emprendedor inconsciente es aquel que se lanza a la aventura empresarial sin un business plan, sin capacidad de delegar y sin una estructura de trabajo jerarquizada y estudiada. Contar con conocimientos básicos en el mundo de la contabilidad es algo imprescindible para afrontar la formación de cualquier empresa. Además, los conocimientos sobre el mundo de la moda y un estudio pormenorizado de la situación del mercado y las tendencias se hacen un must. Por otro lado, contar con un equipo de profesionales especializados ayudará a fortalecer el proyecto.

Perdurabilidad conexión, retroalimentación: Lo más complejo no es lanzar una marca, sino saber mantenerla. Una buena forma de garantizar su perdurabilidad y su supervivencia es estableciendo lazos emocionales con los clientes. Hoy a partir de las redes sociales existen mayores herramientas para fidelizar a los usuarios, escucharlos y aportarles contenidos valiosos.

En ello están Wanita Soul y Agencia 8 Pecados, que con un gran trabajo, están consiguiendo llevar la

marca cada vez más alto.

Datos de contacto:

Alvaro Gordo

951650484

Nota de prensa publicada en: [Málaga](#)

Categorías: [Moda](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Andalucía](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>