Pedro Lourenco otoño-invierno 2014/2015

PEDRO LOURENÇO

Diseñador y artista brasilero de 22 años, hijo de Reinaldo Lourenço y Gloria Coelho, dos grandes diseñadores y su mayor fuente de inspiración.

Empezó su carrera a los 12 años y a los 19 tuvo su debut en la pasarela de la Semana de la moda de París.

Pedro Lorenco por Guy Paganini

CONSUMIDOR

Pioneer / Early adopter

Fashionistas.

La moda para ellos, no es solo cuestión de prendas, también es su estilo de vida.
Saben todo de la moda, están enterados de blogs, revistas, páginas web.

Todo el tiempo están actualizados e informados de lo último en tendencias y todo lo que pasa en el mundo de la moda.

Alexa Chung look 2013

PRODUCTO

Línea

Longitud: 7 líneas de producto

1. Zapatos. 2. Pantalones. 3. Shorts. 4. Chaquetas.
5. Vestidos. 6. Faldas. 7. Accesorios.

Estrategia

Mejoramiento de producto e innovación en textiles.

Su producto es muy reconocido en el mundo de la moda, el manejo de material es totalmente innovador y sus diseños son vanguardistas.

Colaboraciones

Swarovski.

Melissa.

Lelli de Orleans e Braganca.

Richard Mosse.

Riachuelo.

Pedro Lourenco spring/ summer 2013

PRECIO

Estrategia descreme: empieza con precios altos y con el tiempo, dependiendo del mercado, los disminuye poco a poco.

Debido a que Pedro Lourenço no tiene un control directo sobre las prendas que vende en las tiendas multimarca, estas manejan los precios a su manera, vendiendo las prendas hasta un 60% más baratas. En consecuencia, las posibilidades de llegar al nivel que aspira (lujo) desde el nivel que maneja (Net- a - Porter) disminuyen considerablemente cada vez que se hace un descuento de esta magnitud, puesto que afecta la imagen de la marca y de lo que es Pedro Lourenço.

Precio más alto y más bajo líneas

TABLA DE PRECIOS

PRECIOS MÁS ALTOS	PRECIOS MÁS BAJOS
Falda de cuero azul con volantes en la parte inferior. R2240,90	Falda de cintura recta impresa con diamantes. R849,90
Camisa blanca de seda, con patrón abstracto negro. R1445,90	Blusa negra. R299,90
Pantalón de cuero marrón. R3469,90	Pantalón negrro, modelo skinny. R1229,90
Vestido blanco y negro, con cuello redondo y un detalle en la parte superior delantera de terciopelo. R3955,90	Vestido blanco y negro, con cuello redondo y un detalle en la parte superior delantera de terciopelo. R3955,90

Pedro Lourenco spring/ summer 2013

PLAZA

Showroom

Único canal directo de ventas el cual es un estudi de arte donde realiza sus creaciones, este es el unico canal de distribucion en el que tiene un contacto directo con sus clientes. Este showroom esta ubicado en Pinheiros (Sao Paulo, Brasil).

Multimarcas

1. Daslo, Sao Paulo.
2. Barney´s, Nueva York.
3. Times Square, Hong Kong.
4. Joseph Boutique, Londres.

Multimarcas Online

1. Moda Operandi.
2. Matches Fashion.
3. Dafiti.
4. Browns.
5. The Boutique.
6. OQVESTIR.

Conclusión

Al no tener un canal de distribución propio, se pierde la relacion directa con el cliente afectando la marca. El cliente no se siente relacionado con esta y no se genera una fidelidad. La tiendas multimarca hacen un mal manejo de las prendas de Pedro Lourenco, generando una decadencia en cuanto al estatus que maneja.

Show room Pedro Lourenco, Pirtheiros, Brasil.

PROMOCIÓN

Página web y redes sociales

INSTAGRAM: 19.000 seguidores.

TWITTER: 11.900 seguidores.

FACEBOOK: 7.888 LIKES.

PÁGINA WEB: ?

Bloggers

El boom de los bloggers en Brasil se dio en el 2010 cuando la información sobre moda empezó a ser más global y no solo se quedaba con aquellos que estudiaban moda.

Las bloggeras más visitadas volvieron su página un negocio.
Una de las bloggeras más importantes de brasil, Tássia, promociona la ropa de Pedro Lourenco en su blog.

Conclusión

El manejo de sus redes sociales es casi nulo, la funcionalidad de su página web es muy poco eficiente, no hay respuesta a sus subscriptores y hay una carencia de catálogo e información personal.

Pedro Lourenco spring/ summer 2013

COMPETIDORES

Competidores por estilo

Gloria Cohelo.

Reinaldo Lourenco.

Carlos Miele.

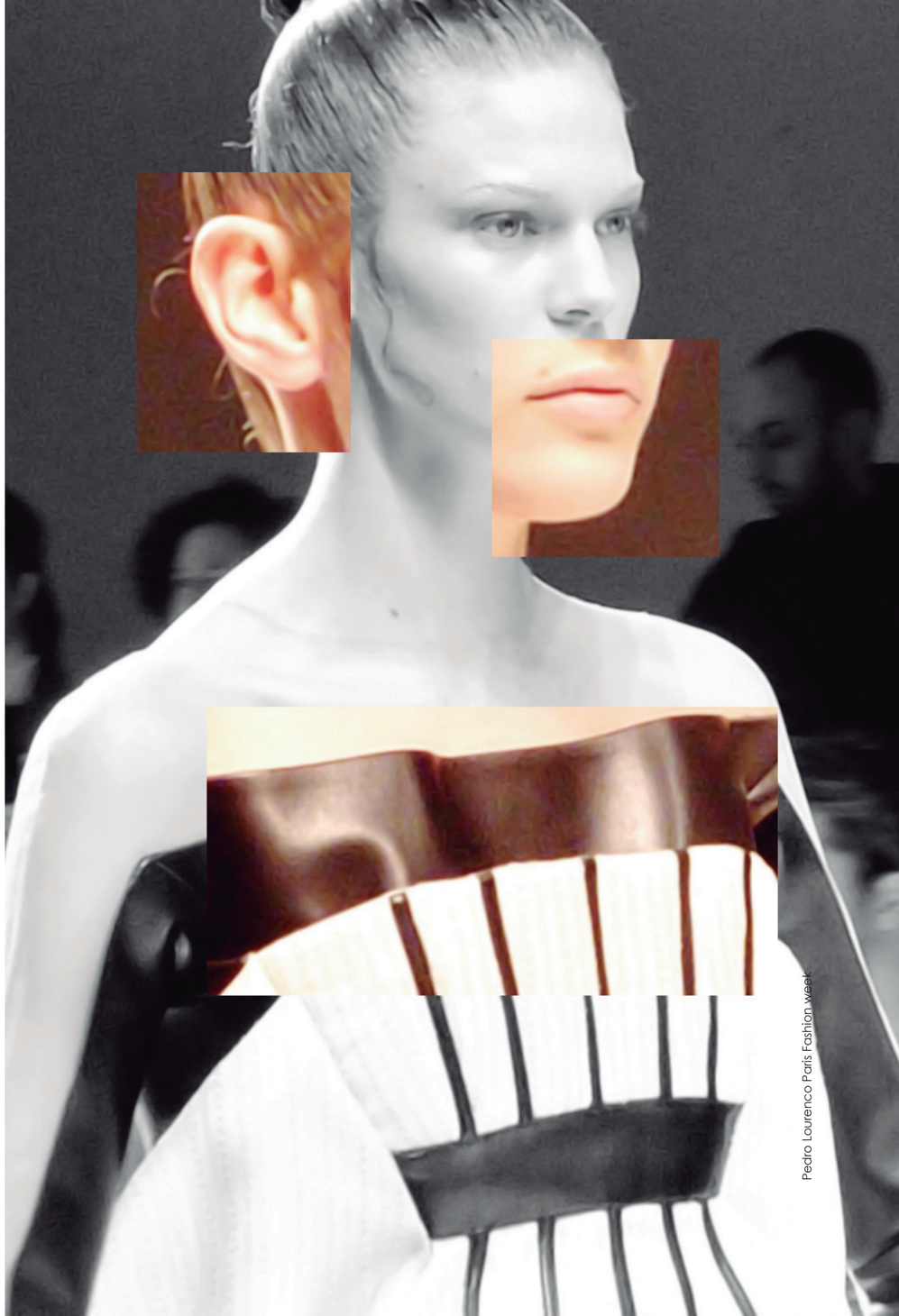
Alexandre Herchcovitch.

Iris Van Herpen.

Masha-Ma.

Competidores por precio

Olympia Le-Tan



Pedro Lourenco Paris Fashion week

MODA, ARTE Y TECNOLOGÍA

Showroom

Su showrrom además de tener un diseño novedoso y vanguardista, tiene un manejo de tecnología alto, las paredes y el piso cambian de color dependiendo de la temporada en la que se encuentren.

Evento Le Bon Marche

La famosa tienda parisina rinde homenaje al país más grande de Latinoamérica, Brasil. Trayendo a este un evento donde se reúnen los más reconocidos diseñadores y artistas generando una experiencia inolvidable.

Samnsung y Pedro Lourenco

Pedro Lourenco en colaboración con Samsung, realizó con tecnología de punta el video de su página web.

Ilustración por Pedro Lourenco

PROPUESTA

Dado que la actividad en redes sociales y la funcionalidad de su página web son casi nulas, además de que tiene pocos canales de información para darse a conocer no solo como marca, sino también como diseñador, sugerimos que la marca desarrolle una relación más directa con el cliente, haciéndolo sentir que es parte de esta, y así crear lazos de fidelidad.

Propuesta a corto plazo

Mediante un LiveStream realizar una venta online de todos los productos en el showroom, incluyendo las obras que hagan en ese momento en su taller de arte.

Gracias a esto, crearemos un vínculo más fuerte entre el cliente y el diseñador y aumentaremos las ventas.

Propuesta a largo y mediano plazo

Crear una agencia de comunicaciones que promueva sus redes sociales y su página web para mantener un vínculo más cercano con el cliente ya existente, y aumentar sus seguidores en un 50% semestralmente.

TÁCTICAS:

Asociarse con el blog de Tassia, acordando un mínimo de 2 publicaciones a la semana. Estas publicaciones serán de moda, eventos, y outfits relacionados con Pedro Lourenco.

Actualizar su Facebook, con sus próximos eventos y viajes 4 veces a la semana, aumentando sus seguidores en un 20% mensualmente.
Mantener Twitter en movimiento con información de sus visitas a restaurantes, eventos, viajes, con mínimo 2 publicaciones al día, aumentando sus seguidores en un 30% mensualmente.

Pedro Lourenco spring/summer 2013