

Moda à distância de um clique

Curtos, com um estilo actual e tendência retro, assim são os vestidos comercializados pela *dress-a-day*, uma marca vendida *online*, criada por Tânia Taveira de Amaral no início do Verão

TEXTO DE MARIBELA FREITAS

Tânia Taveira de Amaral tem 28 anos e desde os tempos da faculdade que acalenta o secreto desejo de ter um negócio próprio. Há cerca de três meses e apesar da conjuntura económica adversa que se vive, resolveu arriscar e criou a marca *dress-a-day* onde através da Internet se dedica à venda exclusiva de vestidos.

É no sítio <http://www.dress-a-day.pt> que se entra no mundo desta marca. Criada por Tânia Taveira de Amaral em Junho passado, esta loja virtual dedica-se à venda exclusiva de vestidos a um preço unitário de 40 euros. “A moda é uma área pela qual me interessa muito, tal como todas as mulheres”, explica a empreendedora, justificando assim o âmbito que escolheu para o negócio. Formada em comunicação empresarial pelo Instituto Superior de Comunicação Empresarial, tem desenvolvido a sua actividade profissional na área do marketing directo, onde a Internet está englobada. Foi assim que em tempos de crise económica resolveu apostar não numa loja física, mas sim numa virtual. “Pensei que com a conjuntura económica actual era dar um passo maior que a perna ter um loja física. Além de mais, tenho sempre estado ligada à Internet e pensei que o ideal era criar uma loja *online*”, conta Tânia Taveira de Amaral. Acrescenta ainda que com este tipo de loja o investimento inicial não foi tão avultado. No fundo necessita apenas da matéria-prima — neste caso os vestidos — e “tenho



TIAGO MIRANDA

um canal muito flexível que me permite chegar a diversas pessoas”.

O negócio arrancou no final de Junho e só no primeiro mês de actividade, Tânia Taveira do Amaral registou cem vendas. Os vestidos têm todos o valor unitário de 40 euros e a marca dá uma série de vantagens aos clientes, como entrega gratuita por correio em 72 horas, 10% de desconto na compra de um produto no dia de aniversário do cliente ou a oferta de um vestido ao fim de nove aquisições.

“A matéria-prima, ou seja, os vestidos, chegam de um fornecedor em Londres. Trata-se de um grande grossista e consegui negociar com ele o produto que eu queria”, refere a empreendedora. O tipo de produto que pretendia e que encontrou neste grossista são vestidos num estilo muito actual, alinhados numa tendência retro e que por norma são curtos ou por cima do joelho, com detalhes e conjugação de tecidos. Esta é a imagem da marca

dress-a-day. No futuro e com a expansão do negócio, Tânia Taveira do Amaral refere que gostaria de trazer para Portugal a produção da *dress-a-day*.

Por e
conc
que
dress
dora
que e
co e
contí
tidos

A c
comp
Amar
çou p
criaçi
tente
bou p
preer
colec
mode
çar a
Quan
ças, r
um ne
lucrat

“Nes
sou a
atravé
tacto
que nã
eles. C
recebe
la a er

No
quem
que q
tentar
ta forç
lo borr
assent
Tânia’
tos es
aventu

BI EMPRESARI

Empresa: *dress-a-day*

Fundadores: Tânia Taveira de Amaral

Sede: Lisboa

Área de Actividade: Venda exclusiva de vestidos

Sítio online: www.dress-a-day.pt

Conselhos de negócio: Acreditar na ideia, ter vontade para concretizar

Moda à distância de um clique

(23-09-2009)

Curtos, com um estilo actual e tendência retro, assim são os vestidos comercializados pela dress-a-day, um marca vendida online, criada por Tânia Taveira de Amaral no início do Verão



Maribela Freitas

Tânia Taveira de Amaral tem 28 anos e desde os tempos da faculdade que acalenta o secreto desejo de ter um negócio próprio. Há cerca de três meses e apesar da conjuntura económica adversa que se vive, resolveu arriscar e criou a marca dress-a-day onde através da Internet se dedica à venda exclusiva de vestidos.

É no sítio <http://www.dress-a-day.pt> que se entra no mundo desta marca. Criada por Tânia Taveira de Amaral em Junho passado, esta loja virtual dedica-se à venda exclusiva de vestidos a um preço unitário de 40 euros. “A moda é uma área pela qual me interessa muito, tal como todas as mulheres”, explica a empreendedora, justificando assim o âmbito que escolheu para o negócio. Formada em comunicação empresarial pelo Instituto Superior de Comunicação Empresarial, tem desenvolvido a sua actividade profissional na área do marketing directo, onde a Internet está englobada.

Foi assim que em tempos de crise económica resolveu apostar não numa loja física, mas sim numa virtual. “Pensei que com a conjuntura económica actual era dar um passo maior que a perna ter um loja física. Além de mais, tenho sempre estado ligada à Internet e pensei que o ideal era criar uma loja online”, conta Tânia Taveira de Amaral. Acrescenta ainda que com este tipo de loja o investimento inicial não foi tão avultado. No fundo necessita apenas da matéria-prima — neste caso os vestidos — e “tenho um canal muito flexível que me permite chegar a diversas pessoas”.

O negócio arrancou no final de Junho e só no primeiro mês de actividade, Tânia Taveira do Amaral registou cem vendas. Os vestidos têm todos o valor unitário de 40 euros e a marca dá uma série de vantagens aos clientes, como entrega gratuita por correio em 72 horas, 10% de desconto na compra de um produto no dia de aniversário do cliente ou a oferta de um vestido ao fim de nove aquisições.

“A matéria-prima, ou seja, os vestidos, chegam de um fornecedor em Londres. Trata-se de um grande grossista e consegui negociar com ele o produto que eu queria”, refere a empreendedora. O tipo de produto que pretendia e que encontrou neste grossista são vestidos num estilo muito actual, alinhados numa tendência retro e que por norma são curtos ou por cima do joelho, com detalhes e conjugação de tecidos. Esta é a imagem da marca dress-a-day. No futuro e com a expansão do negócio, Tânia Taveira do Amaral refere que gostaria de trazer para Portugal a produção da dress-a-day. Por exemplo, aliar-se a uma estilista na concepção do tipo de vestido que quer que continuem a ser a cara da dress-a-day. Mas para já a empreendedora dá um passo de cada vez e quer que o seu negócio vá crescendo a pouco e pouco. Quanto ao produto, quer continuar a vender exclusivamente vestidos.

A concretização do negócio não foi complicada. Segundo Tânia Taveira de Amaral começou pelo conceito, avançou para o registo da marca e para a criação do domínio. “Estou muito contente. Foi algo que imaginei e que acabou por se concretizar”, conta a empreendedora. Em Junho apresentou a colecção de Verão que contava com 27 modelos. No início de Outubro vai lançar a colecção de Outono/Inverno. Quanto ao preço que cobra pelas peças, revela que apesar deste não ser um negócio da China, não deixa de ser lucrativo.

“Neste momento o negócio ultrapassou as minhas expectativas. Como é através da Internet tento ter um contacto estreito com os clientes, uma vez que não estou em contacto visual com eles. O apreço e o reconhecimento que recebo de volta tem sido óptimo”, revela a empreendedora.

No que respeita a conselhos para quem quer criar o seu negócio, salienta que quando se tem uma ideia há que tentar concretizá-la. “É necessária muita força de vontade, ambição, gosto pelo bom serviço prestado, ter os pés bem assentes na terra e confiança”, aponta Tânia Taveira de Amaral como os aspectos essenciais para se enveredar na aventura de ter um negócio próprio.

BI Empresarial

Empresa: dress-a-day

Fundadores: Tânia Taveira de Amaral

Sede: Lisboa

Área de Actividade: Venda exclusiva de vestidos

Sítio online: www.dress-a-day.pt

Conselhos de negócio: Acreditar na ideia, ter vontade de trabalhar e ambição para a concretizar

> [Os artigos desta semana](#)