

Tendências do Varejo

A Lolla Lingerie pretende ser uma Empresa Humana, mais que os produtos; as pessoas vem sempre em primeiro lugar. Queremos ser uma Empresa Fashion Revolution.

e o que é esse Movimento Fashion Revolution? A Fashion Revolution é um movimento mundial que tem como principais objetivos trazer consciência sobre os impactos socioambientais do setor, celebrar as pessoas por trás das roupas, incentivar a transparência e fomentar a sustentabilidade.

O movimento foi criado após um conselho global de profissionais da moda se sensibilizar com o desabamento do edifício Rana Plaza em Bangladesh, que causou a morte de 1.134 trabalhadores da indústria de confecção e deixou mais de 2.500 feridos. A tragédia aconteceu no dia 24 de abril de 2013, e as vítimas trabalhavam para marcas globais, em condições análogas à escravidão.

Aqui nós celebraremos e valorizamos todos os profissionais que atuam na cadeia produtiva: do pregador de botões à moça que embala suas roupas; do agricultor que plantou o algodão que virou malha ao estampador que maneja as tintas que darão cor à estampa de algumas tecidos.

Nosso sistema de produção foi constituído para remunerar de forma justa e honesta os profissionais e garantir qualidade de vida e dignidade para essas pessoas.

Além disso, nossas colaboradoras praticarão Yoga , e dança 1 vezes por semana. Assim mantemos corpos e mentes sãos. Namastê!

Tendências do Varejo

A Lolla Lingerie pretende também poluir menos o meio ambiente. Aqui cada processo de trabalho será pensado para causar o mínimo de impacto ambiental. Sabemos que a moda é um dos setores que mais polui o meio-ambiente. Mas como é possível produzir lingeries contribuir para mudança desse cenário atual?

Nós estamos constantemente pesquisando materiais e processos que sejam sustentáveis em nossa cadeia produtiva. O que seria resíduo de corte de outras confecções e iria parar nos lixões passa por um processo de retecagem e se transforma num novo material ideal para produzir bolsas, aventais, etc.

Queremos que você possa adquirir produtos produzidos de forma sustentável sem ter que pagar a mais por isso.

Evitaremos o uso de sacos plásticos nas embalagens de nossos produtos e criaremos um sistema de reciclagem de peças antigas.

Falar de sustentabilidade no futuro do varejo não é novidade. Mas as ações falam mais alto que as palavras e um negócio sustentável deve ir além da retórica. O discurso precisa, urgentemente, ser traduzido em ações reais. Os clientes estão cada vez mais informados e cobrando que as empresas cumpram aquilo que dizem no papel.

Mas a sustentabilidade vai além da preocupação com o meio ambiente. É preciso que Empresas sejam sim sustentáveis, mas é necessário também que sejam socialmente responsáveis e gerenciadas corretamente.

Tendências do Varejo

Sem dúvidas, a tecnologia está tornando o processo de compra mais imersivo e o mundo phygital mistura atividades online e as da vida real, borrando os limites entre ambas.

Ou seja, comprar tem se tornado um processo que envolve pouco esforço, cada vez mais personalizado e interativo.

E o ponto de atenção nisso tudo está na privacidade de dados. Os varejistas precisam abordar essa preocupação e encontrar soluções para que os consumidores se sintam seguros quanto ao gerenciamento e armazenamento de seus dados.

Futuramente a Lolla pretende também investir na área tecnológica, com certeza irá ter um modelo de negócio, pois será preciso para sobreviver ao mercado. com ajuda de tecnologias como: realidade virtual (VR), realidade aumentada (AR) e realidade mista (MR) .

Alguns especialistas acreditam que, no pós-pandemia, teremos uma crescente nas compras físicas. Isso porque as pessoas, após tanto tempo de isolamento social, vão querer sair mais de suas casas.

Mas isso não significa que o digital deva ser deixado de lado, muito pelo contrário. muitas das tendências do varejo têm ligação direta com o digital. O ideal, então, seria considerar ambos os cenários e acompanhar como o consumidor se comporta e mais do que isso, é preciso entender o que ele espera.

O futuro do varejo é agora! Portanto, saíram na frente as empresas que estiverem mais bem-preparadas.

A Lolla está observando todos os cenários consideráveis.

Tendências do Varejo



Digital



Descarte correto de materiais

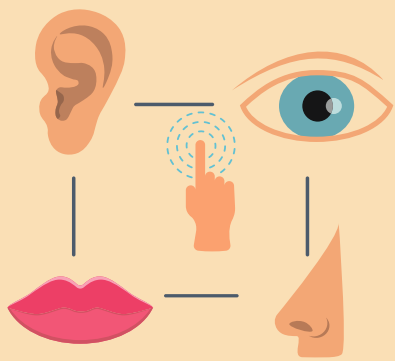


Somos Fashion Revolution



Materiais Sustentáveis

O Meio Ambiente precisa de Você.



Marketing Sensorial



Audição:

A Lolla Lingerie pretende criar sua playlist baseada em temas inspiradas nos produtos e no serviço oferecido. Iremos criar uma experiência positiva, fazendo com que o consumidor lembre-se da marca sempre que ouvir o som.



Visão:

Na Visão vamos utilizar o conceito de Identidade Visual, afirmando nosso posicionamento e criando uma unidade para a marca tanto para os consumidores, quanto para o Mercado. Teremos Roupas especiais produzidas com a intenção de seduzir e outra direcionadas para o sexo, produzindo elementos eróticos especiais.



Paladar:

Nosso estabelecimento será oferecido um cafezinho, água e champanhe salgadinhos, canapés, torradas e pãezinhos de queijo e, claro, docinhos. e 1 vez no mês Vamos organizar um coquetel em nossa loja.



Olfato:

Teremos Perfumes especiais – fórmulas “eróticas ou sensuais” encontradas em nosso setor de sex-shops. Teremos perfume também no ambiente, loja super cheirosa, cheiro exclusivo da lolla para deixar marcado, para que o cliente associe o cheiro a loja.



Tato:

Além de lindas lingerie, teremos objetos sensuais e eróticos. Os acessórios sexuais têm o objetivo de estimular e saciar as fantasias. São elementos conjugados ao sexo, mesmo que não façam parte integrante dele. Normalmente, atingem os órgãos dos cinco sentidos.