

Damas de bra fitting

Não, não é mais uma marca de soutiens. É como um "consultório" onde pode encontrar toda a informação, aconselhamento e propostas sobre os modelos que, de facto, se adaptam ao seu corpo. Um conceito único e que desde meados de 2009 tem vindo a dar cartas em Portugal sob a marca... Dama de Copas



No n.º 51, à Rua do Carmo, o que encontra é um espaço onde cada cliente se sente como em casa

M.º João Vieira Pinto

Poucos saberão, mas os soutiens à venda no mercado português só servem a 20% de mulheres? A oferta, de tamanhos e medidas, é mais reduzida do que se imaginaria e acompanha a falta de informação existente! Isto mesmo constataram Inês Basek e Margarida Furst, duas polacas a residir em Portugal e que em 2009 lançaram a Dama de Copas. Uma proposta única com oferta e serviços inexistentes no mercado. «Das clientes que recebemos, cerca de 15 a 20% até poderia ter resposta no mercado, isto é, inserem-se em tamanhos que podem encontrar em lojas de lingerie. No entanto, 99% que compraram no nosso espaço saíram com um tamanho diferente. Quer isto dizer que, mesmo existindo tamanhos adequados, as lacunas de serviço de venda impedem a compra do soutien correcto», explica Inês Basek.

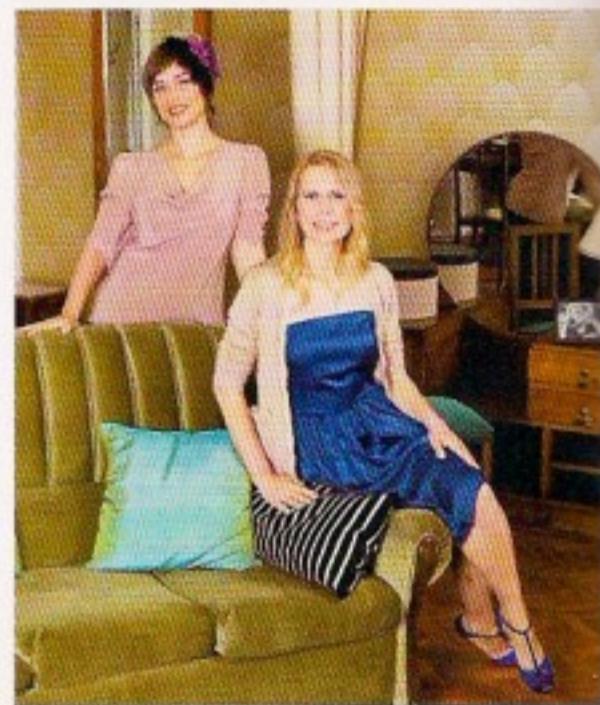
Desde sempre que Inês trabalhou no marketing de grandes empresas; Margarida é designer gráfico. Às duas juntou-se João Filipe Coimbra, que trouxe as valências da Gestão. Um trio multidisciplinar que fez questão de seguir todos os passos para que nenhum pormenor do negócio ficasse de fora! Inês e Margarida sempre souberam que queriam ter o seu negócio. A área a trabalhar, essa foi ficando definida após constatação da falha no mercado português, tanto ao nível da oferta como de informação. Há cerca de dois anos meteram mãos à obra, num processo que se prolongaria por meses: «Quisemos fazer um bom business plan, procurar marcas, definir o conceito e desenhar a marca», explica Inês

Basek. E, antes de tudo, foram aprender com quem sabe: junto de algumas marcas inglesas, o mercado mais desenvolvido a este nível. Porque, conforma explica Margarida Furst, «a ideia era não só vender como também educar».

O primeiro passo materializou-se, em Setembro de 2009, sob a forma de blog. Uma ferramenta que pretendem se venha a destacar como «a bíblia dos soutiens, com informação o mais abrangente possível». Seguiu-se a organização de workshops, três vezes por semana. Ainda antes do final do ano começam a ser publicadas as primeiras notícias. «Na altura, tivemos que triplicar o stock para ter o que oferecer a uma procura mais alargada», conta Margarida.

Agora, e desde finais de 2010, a Dama de Copas passou a ter espaço físico numa casa que se pretende seja um misto de loja e local de aconselhamento. Qualquer cliente que entre no n.º 51 da Rua do Carmo passa por uma pequena entrevista, onde se tenta perceber as suas necessidades; depois, é-lhe apresentada a colecção e sugeridos modelos, a que se segue a prova e possível compra. «Uma das primeiras coisas é perceber o que é que a cliente usa e por que é que não serve. A cada cliente é também feita uma ficha, para que os dados sejam tratados e, a posteriori, se possa aconselhar ainda melhor.»

Começaram com oito modelos de soutiens - hoje têm cerca de 300, sendo que o preço médio se situa nos 48 euros. A trabalhar todos os dias da semana e sábados, o espaço conta já com uma média de 12 marcações nos dias de semana



Margarida Furst e Inês Basek são as duas mentoras da marca Dama de Copas

e de 20 aos fins-de-semana. Quanto ao tipo de clientes, são «de todas as idades e com os mais diferentes tipos de necessidades, sendo que o perfil médio tem entre 30 e 50 anos», segundo Inês Basek. Ainda de acordo com dados da marca, o habitual é as compras fixarem-se nos dois/três soutiens por visita... além de que a maior parte das clientes não só volta como recomenda!

Agora, a ideia é estender o conceito a outros locais, estando prevista a abertura de uma segunda loja em Lisboa e de uma no Porto. ■