

Actividades clave

Las actividades que vamos a llevar a cabo están distribuidas en tres categorías.

De producción, resolución de problemas y de problemas de red.

De producción:

Diseño y desarrollo de productos: Crear patrones, elegir telas, colores y materiales para las prendas.

Fabricación: Producción de las prendas, que incluye la confección, costura, y terminación de las piezas de ropa.

Control de calidad: Inspección de las prendas durante y después de la producción para garantizar que cumplan con los estándares de calidad.

Gestión de proveedores: Buscar, negociar y mantener relaciones con proveedores de telas, botones, hilos y otros materiales necesarios para la producción.

Logística de producción: Coordinación de los procesos de producción, desde la compra de materiales hasta la entrega de productos terminados.

De plataforma y red:

Ventas en línea y física: Operación de tiendas físicas y plataformas de comercio electrónico (tienda online, marketplaces).

Marketing y promoción: Estrategias de marketing para atraer clientes, incluyendo redes sociales, publicidad, influencers y campañas de email marketing.

Gestión de relaciones con los clientes (CRM): Mantener una base de datos de clientes para personalizar la comunicación, promociones y seguir el comportamiento de compra.

Alianzas y colaboraciones: Crear alianzas estratégicas con otras marcas, influencers, o colaboraciones de diseño para ampliar la red de ventas y aumentar la visibilidad.

Distribución y logística: Coordinar el envío de productos a través de canales físicos o digitales, asegurando que lleguen a tiempo y en buen estado.

De resolución de problemas:

Investigación de tendencias: Identificar las tendencias de moda que los clientes desean y asegurarse de que los productos se alineen con esas demandas.

Diseño de ropa y moda: Crear diseños innovadores y atractivos que resuelvan las necesidades de estilo y comodidad de los clientes.

Satisfacción del cliente: Atención al cliente, manejo de quejas y devoluciones, creando una experiencia de compra sin problemas.

Gestión de inventario: Asegurar que siempre haya suficiente stock para satisfacer la demanda y evitar el exceso que puede resultar en descuentos o pérdidas.