

ETEC PROF CARMELINA BARBOSA

TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

MARIA EDUARDA DE MATOS SILVA

KAUAN SAMUEL DE MORAES

**A INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NO INÍCIO DE UMA EMPRESA DE
DROPSHIPPING NO RAMO VESTUÁRIO MASCULINO CASUAL.**

DRACENA - SP

2024

**A INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NO INÍCIO DE UMA EMPRESA DE
DROPSHIPPING NO RAMO VESTUÁRIO MASCULINO CASUAL.**

**MARIA EDUARDA DE MATOS SILVA
KAUAN SAMUEL DE MORAES**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à escola técnica Carmelina, com o objetivo de sobre-exercer a influência empresarial a respeito da influência do marketing no início de uma loja de dropshipping.

Orientador (a): Rodrigo Dantas de Assis

DRACENA - SP

2024

Dedicatória

Dedico este trabalho a todos que me apoiaram e incentivaram ao longo desta jornada. À minha família, por me ensinarem a importância da educação e da perseverança. Aos meus professores e orientadores, pela orientação, conhecimento e inspiração. Sem o apoio e a dedicação de vocês, este trabalho não seria possível. E, finalmente, a todos que acreditaram em mim e me motivaram a alcançar este objetivo. Este trabalho é um reflexo da colaboração e do esforço conjunto de todos vocês.

Agradecimentos

A conclusão deste Trabalho de Conclusão de Curso representa a realização de um sonho que só foi possível graças ao apoio e incentivo de muitas pessoas. Primeiramente, nosso agradecimento a Deus que nos permitiu concluir mais esta etapa. A todos, o meu sincero agradecimento. Ao meu orientador, Rodrigo, expressamos nossa gratidão pela orientação, pelos ensinamentos e dedicação em nos guiar durante a realização deste trabalho. Por fim, agradeço a todos que contribuíram para a conclusão deste TCC. A cada um de vocês, nosso muito obrigado.

RESUMO

Este trabalho investiga a influência do marketing digital no lançamento e crescimento de uma empresa de dropshipping no segmento de vestuário masculino casual. O objetivo principal é analisar como estratégias de marketing digital podem impactar positivamente o início e o desenvolvimento de uma empresa de dropshipping. Para alcançar esse objetivo, foi realizado um estudo de caso coletando dados por meio de análises de casos de sucesso nesse mercado. Os resultados destacam a importância de uma estratégia de marketing digital, incluindo, marketing de conteúdo, publicidade nas redes sociais e marketing de influenciadores. Conclui-se que o uso eficaz dessas estratégias pode aumentar a visibilidade da marca, gerar tráfego qualificado para o site e, conseqüentemente, impulsionar as vendas. O marketing digital desempenha um papel fundamental no sucesso inicial e contínuo de uma empresa de dropshipping no ramo de vestuário masculino casual. As empresas que investem em estratégias de marketing digital têm uma vantagem competitiva significativa, pois conseguem alcançar e engajar seu público-alvo de maneira eficaz, mesmo em um mercado altamente competitivo.

Palavra-Chave: Dropshipping, Marketing Digital, Sem Estoque, vendas Digital.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
2. DROPSHIPPING.....	8
2.1 O QUE É O DROPSHIPPING?.....	8
2.2 COMO FUNCIONA ?.....	8
2.3 VENDEDOR.....	8
2.4 FORNECEDOR.....	9
2.5 CLIENTE FINAL.....	9
3. MARKETING DIGITAL.....	9
3.1 QUANDO SURTIU O MARKETING?.....	9
3.2 O QUE É O MARKETING DIGITAL.....	10
4. ESTRATÉGIAS DO MARKETING.....	10
4.1 INBOUND MARKETING.....	10
4.2 MARKETING DE CONTEÚDO.....	11
4.3 PERSONALIZE A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE.....	11
4.4 FERRAMENTAS DE DESIGN.....	12
5. COMO USAR AS MÍDIAS SOCIAIS NO MARKETING DIGITAL E QUAL SUA INFLUÊNCIA NO DROPSHIPPING?.....	14
5.1 INSTAGRAM.....	14
5.2 TIKTOK.....	15
5.3 FACEBOOK.....	16
6. DADOS DA EMPRESA.....	16
6.1 MISSÃO :.....	16
6.2 SETOR DE ATIVIDADE:.....	17
6.3 BENEFÍCIOS DO SERVIÇO:.....	17
6.4 FORMA JURÍDICA:.....	17
6.5 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO:.....	17
6.6 ANÁLISE DE MERCADO:.....	18
7. COMO SERÃO AS VENDAS.....	18
8. CONCLUSÃO.....	21
9. BIBLIOGRAFIA.....	22

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo analisar e explorar diferentes aspectos relacionados ao mercado de moda masculina casual adulta, com foco em estratégias de negócios e marketing digital no dropshipping. Inicialmente, serão apresentados dados relevantes sobre a empresa em estudo, incluindo sua missão, setor de atividade, benefícios do serviço, forma jurídica e enquadramento tributário. Em seguida, uma análise de mercado será realizada, destacando as características gerais dos clientes e as tendências de moda básica casual para homens em 2024. Além disso, será abordado o conceito e funcionamento do Dropshipping, um método de comércio que tem ganhado destaque no ambiente digital. Serão explorados os papéis do vendedor, fornecedor e cliente final nesse modelo de negócio, bem como suas vantagens e aplicabilidades. Será discutido o surgimento e evolução do marketing digital, destacando sua importância e ferramentas como o Inbound Marketing, Marketing de Conteúdo e personalização da experiência do cliente estão moldando as estratégias das empresas no ambiente online. Por fim, será explorado o uso das mídias sociais no marketing digital e sua influência no Dropshipping, com exemplos práticos de como utilizar plataformas como Instagram, TikTok e Facebook de forma eficaz para promover produtos e engajar o público-alvo. Este trabalho visa proporcionar uma visão abrangente e atualizada sobre temas relevantes para empreendedores e profissionais que estão iniciando no setor de moda masculina casual. Em resumo, o modelo de negócio baseado em dropshipping oferece uma oportunidade lucrativa e escalável, com potencial para crescimento no mercado brasileiro.

2. DROPSHIPPING

2.1 O QUE É O DROPSHIPPING?

Segundo LabEcom (primeira escola de E-commerce que utilizam o método Dropshipping do Brasil) o Dropshipping é um método de comércio que envolve a venda online de produtos a partir de fornecedores terceirizados, como um fabricante, um atacadista ou um varejista.

Ele tende a ser uma excelente porta de entrada para o mercado de comércio eletrônico. É também uma ótima opção para quem já tem uma loja virtual e quer alavancar as vendas, possibilitando o teste de novas linhas de produtos e a venda em grande escala, tudo isso sem preocupações com estoque e logística.

O foco principal do trabalho de um dono de loja de dropshipping é o marketing, vendas e o atendimento ao cliente.

2.2 COMO FUNCIONA

Para LabEcom, para falar como funciona o dropshipping, precisa-se contextualizar os três personagens principais desse modelo, quais sejam:

- **VENDEDOR**

No dropshipping, o varejista foca em promover e vender os produtos, enquanto o fornecedor cuida do armazenamento, embalagem e envio direto para os clientes. Isso permite que o varejista se concentre nas vendas sem lidar com a logística do cumprimento dos pedidos.

2.4 FORNECEDOR

O fornecedor é o responsável por cuidar de todo o processo de distribuição, incluindo a embalagem dos produtos e sua entrega até a casa do cliente.

Na etapa final, o lojista precisa obter o código de rastreamento da transportadora junto ao fornecedor e disponibilizá-lo para o cliente, permitindo que ele acompanhe o status da entrega do seu pedido. Este fornecedor pode ser tanto nacional quanto internacional.

2.5 CLIENTE FINAL

O cliente é quem realiza o pedido online no site da sua loja, escolhendo os produtos a partir do catálogo fornecido pelo seu fornecedor. Esse catálogo leva em conta a logística de distribuição e o estoque dos produtos, sendo crucial manter uma boa comunicação e alinhamento entre o lojista e o fornecedor para garantir que a experiência de compra do usuário não seja prejudicada.

3. MARKETING DIGITAL

3.1 QUANDO SURTIU O MARKETING?

Segundo Peçanha (2017), Co-fundador da empresa Rock Content, uma das maiores empresas de Marketing de Conteúdo da América Latina, o marketing digital surgiu por volta do ano de 1960 junto com a internet, mas teve uma crescente na década de 90 com leilões e compras online. No Brasil, em 2004 o Orkut foi a primeira rede social a ser utilizada como ferramenta de marketing, depois substituída pelo Facebook, Instagram e Twitter.

3.2 O QUE É O MARKETING DIGITAL

Segundo Peçanha (2017) Marketing Digital é a maneira de alavancar uma marca ou produto pelas redes sociais, um meio de se comunicar com o seu público de maneira personalizada.

Para Peçanha apud Kotler (2017) conceitua marketing como “processo social por meio do quais pessoas e grupos de pessoas satisfazem desejos e necessidades com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros”.

Segundo o autor, o marketing nada mais é do que o aproveitamento das oportunidades proporcionadas pelo mercado online, suprimindo desejos e necessidades do cliente sendo menos invasivo e mais receptivo, fazendo com que o cliente encontre a empresa da forma mais natural possível, para que obtenha o produto que deseja sem se sentir invadido por propagandas.

4. ESTRATÉGIAS DO MARKETING

4.1 INBOUND MARKETING

De acordo com o Blog Rock Content, essa estratégia é uma maneira inteligente de construir uma grande presença online para sua empresa. Gera reconhecimento, envolve o público, converte mais e aumenta a fidelização do cliente. É uma estratégia na qual os clientes vêm até a sua empresa, atraídos pela sua mensagem.

Nessa estratégia, as empresas buscam compreender as necessidades e desafios dos consumidores para estabelecer uma comunicação direta e oferecer soluções. Com a abundância de ferramentas online, é possível pesquisar, descobrir interesses do público e publicar materiais que os auxiliem. Ao praticar isso de forma consistente, é possível criar uma audiência e manter uma comunicação contínua com

ela. Isso significa que a empresa não apenas envia mensagens, mas também interage e conversa com sua audiência.

4.2 MARKETING DE CONTEÚDO

Para o blog Rock Content, o marketing de conteúdo é uma estratégia de atração de clientes por meio da criação de conteúdo relevante em redes sociais, uma vez que os consumidores estão diariamente procurando soluções na internet.

O Marketing de Conteúdo é um método de marketing que atrai o público-alvo ao trazer soluções para seus problemas, tem como objetivo posicionar a sua marca no lugar e no momento certo da jornada de compra para oferecer as melhores soluções.

Se realizada de maneira eficaz, essa abordagem pode resultar em um aumento significativo no tráfego online da empresa em menos de um ano, além de trazer uma série de outros benefícios, como aumento do reconhecimento da marca, estabelecimento de autoridade no setor e educação do mercado.

4.3 PERSONALIZE A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

Segundo o blog da Zendesk, Inc. (empresa dinamarquesa-americana que fornece produtos de software como serviço relacionados ao suporte ao cliente) o comportamento do consumidor é um grande indicador para oferecer experiências de qualidade.

A personalização de atendimento por meio da automação de marketing pode ser a resposta para esse tipo de situação. Isso vai além de chamar o cliente pelo nome ou dar um desconto diferenciado vez ou outra, o ponto principal consiste em ajustar toda a atuação da empresa às necessidades e preferências particulares dos consumidores.

Algumas das vantagens da personalização ao atendimento são:

- Aumento da taxa de retenção: Segundo o blog Zendesk podemos dizer que taxa de retenção é o nome dado à capacidade de manter clientes fiéis que continuam fazendo negócios com uma empresa ao longo do tempo
- Crescimento das conversões: Métrica usada para saber se determinada ação está gerando resultado.

Ex: se as visitas ao site está resultando em compras.

- Obtenção de um importante diferencial competitivo para a marca;
- Criação de um vínculo duradouro e emocional com o consumidor.

4.4 FERRAMENTAS DE DESIGN

De acordo com o blog Hostingue Tutoriais, o design é fundamental em nosso dia a dia, e não seria diferente em uma estratégia de Marketing Digital.

Complementa Peçanha em seu blog Rock Content, que o conteúdo visual é cada vez mais uma tendência para a comunicação online.

Algumas ferramentas do design são:

Adobe Photoshop: É muito utilizado para retoque e aprimoramento de fotos. Pode também remover manchas, e ajustes gerais para qualidade da imagem.

Affinity Designer: É um editor de alta performance que permite aos seus usuários criar projetos como logos, artes conceituais.

Canva: Ferramenta de design gráfico que é de fácil acesso especialmente para quem não tem experiência. Usado para criações para mídias sociais, pôsteres, panfletos, apresentações, logos e vídeos, cardápios e convites.

Conta com um vários templates prontos para que modifiquem apenas alguns detalhes para adequar a sua empresa.

Exemplo:



Template pronto



Template adequado para nosso negócio

FONTE: CANVA

5. COMO USAR AS MÍDIAS SOCIAIS NO MARKETING DIGITAL E QUAL SUA INFLUÊNCIA NO DROPSHIPPING?

De acordo com Peçanha, enquanto o usuário usa as mídias sociais para se comunicar com amigos e familiares ou simplesmente se entreter, uma empresa pode aproveitar essas mídias para se conectar mais com o público, fortalecer o posicionamento da marca, engajar, vender e garantir a satisfação do cliente.

O marketing digital desempenha um papel fundamental no sucesso do dropshipping, já que a natureza desse modelo de negócio depende em grande parte da visibilidade online. Estratégias de marketing digital, como publicidade paga, SEO, marketing de conteúdo e mídias sociais, podem ajudar a impulsionar o tráfego para a loja virtual de dropshipping, aumentar a conscientização da marca e gerar vendas.

Além disso, o uso eficaz das redes sociais, e-mail marketing e influenciadores pode ser especialmente benéfico para alcançar e engajar o público-alvo.

De acordo com o blog NuvemShop (Plataforma de E-commerce dedicado a ajudar empreendedores para criação de negócio próprio) abaixo vão algumas dicas para utilizar as redes sociais de forma eficaz no dropshipping, como segue:

5.1 INSTAGRAM

É uma plataforma de extrema importância, principalmente no dropshipping pois gera uma rede de contatos muito ampla, e mantém contato com seus clientes e possíveis clientes.

Cria um reconhecimento da marca, onde conseguimos entender os gostos individuais aumentando nosso potencial de venda.

- **Crie um perfil atraente:** Tenha uma bio clara e chamativa, com um link direto para sua loja online. Use uma foto de perfil que represente sua marca.

- **Poste regularmente:** Compartilhe fotos e vídeos dos seus produtos de forma atrativa e consistente. Mantenha uma estética visual coerente para fortalecer a identidade da sua marca.
- **Use hashtags relevantes:** Pesquise e utilize hashtags populares e relacionadas ao seu nicho para aumentar a visibilidade das suas postagens.
- **Interaja com seu público:** Responda aos comentários, mensagens diretas e interaja com seus seguidores para criar um relacionamento mais próximo e construir confiança.
- **Explore recursos como Stories e Reels:** Utilize os recursos do Instagram, como Stories e Reels, para compartilhar conteúdo mais dinâmico e engajar seu público de maneira criativa.
- **Colaborações com influenciadores:** Trabalhe com influenciadores relevantes para promover seus produtos ou marca para sua audiência.

5.2 TIKTOK

O TikTok é uma plataforma poderosa para o marketing digital no dropshipping devido ao seu alcance massivo e capacidade de viralização. Aqui estão algumas dicas sobre como usar o TikTok para promover seus produtos de dropshipping:

- **Crie conteúdo autêntico e envolvente:** Produza vídeos curtos e criativos que mostrem seus produtos de forma interessante. Seja autêntico e tente se conectar com seu público-alvo.
- **Use tendências e desafios:** Aproveite as tendências e desafios populares do TikTok para aumentar a visibilidade da sua marca e se envolver com os usuários de forma mais orgânica.
- **Inclua um call-to-action claro:** Sempre direcione os espectadores para sua loja online ou site, incentivando a compra dos seus produtos.
- **Utilize anúncios pagos:** Considere investir em anúncios pagos no TikTok para alcançar uma audiência mais segmentada e ampliar o alcance da sua campanha.

5.3 FACEBOOK

O Facebook é uma plataforma popular para o marketing digital no dropshipping.

- **Crie uma página comercial:** Comece criando uma página comercial no Facebook para sua marca de dropshipping. Adicione informações detalhadas sobre seus produtos, horário de funcionamento e formas de contato.
- **Utilize anúncios direcionados:** Aproveite a segmentação avançada do Facebook Ads para direcionar seus anúncios para um público específico com base em dados demográficos, interesses e comportamentos.
- **Participe de grupos relacionados:** Junte-se a grupos relevantes no Facebook relacionados ao seu nicho de mercado e participe ativamente das discussões. Evite spam, mas compartilhe conteúdo valioso quando apropriado.
- **Promova concursos e sorteios:** Organize concursos ou sorteios para incentivar a interação dos seguidores e aumentar o alcance da sua marca.
- **Use o Facebook Shop:** Se você tem uma loja online, integre-a ao Facebook Shop para facilitar a venda direta dos seus produtos na plataforma.
- **Analise os resultados:** Acompanhe as métricas de desempenho das suas campanhas no Facebook para entender o que está funcionando melhor e fazer ajustes conforme necessário.

6. DADOS DA EMPRESA

6.1 MISSÃO:

Nossa missão é fornecer roupas masculinas casuais de alta qualidade, confortáveis e modernas para os clientes, oferecendo um atendimento personalizado e buscando sempre superar as expectativas em termos de estilo e satisfação.

6.2 SETOR DE ATIVIDADE:

A pequena empresa no ramo vestuário masculina casual adulta, atua no setor de varejo de moda, oferecendo uma variedade de roupas casuais para homens, incluindo camisetas, camisas, calças e bermudas.

6.3 BENEFÍCIOS DO SERVIÇO:

A nossa loja fornece aos homens que buscam qualidade, conforto e estilo a terem suas necessidades atendidas, com a experiência de uma compra personalizada e diferenciada.

6.4 FORMA JURÍDICA:

Uma micro empresa definida como aquela que tem receita bruta anual igual ou inferior a R\$360.000,00.

6.5 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO:

Simples Nacional, os impostos federais, estaduais e municipais são unificados em uma única guia de pagamento, simplificando o processo tributário para a empresa. Além disso, o Simples Nacional oferece tabelas progressivas de tributação de acordo com o faturamento da empresa, o que pode ser vantajoso para microempresas.

6.6 ANÁLISES DE MERCADO:

- **Características gerais dos clientes:**

Em geral, nosso foco de clientes são homens a partir de 16 anos de idade.

- **Interesses e comportamentos clientes:**

Segundo pesquisa divulgada no final de 2021, o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) revelou que o segmento de Moda movimentou mais de 13 bilhões de dólares apenas com o vestuário masculino no Brasil.

A moda masculina passou por uma série de mudanças nos últimos anos, e em 2024 não será diferente. Com uma crescente busca por estilo e conforto, as tendências de moda básica casual para os homens estão evoluindo constantemente.

Roupas masculinas e as tendências de moda básica casual em 2024:

- Cores neutras e tons terrosos
- Roupas oversized
- Retorno das estampas clássicas como o xadrez
- Tecidos Sustentáveis
- Acessórios Minimalista
- Tênis Versáteis
- Jaquetas Leves
- Calças Cargo
- Malhas Leves

7. COMO SERÃO AS VENDAS

As vendas serão feitas inicialmente pelo nosso site, instagram, tiktok e marketplace do facebook, uma vez que o único custo com essas plataformas será de propagação de anúncios.

Como não trabalharemos com controle de estoque, teremos condições de melhor organizar nosso negócio e dar um maior suporte ao cliente trazendo um atendimento de qualidade.

Pensando no futuro, visamos trabalhar como parceiros da Shopee, Mercado Livre e Shein alavancando nosso negócio e trazendo ainda mais visibilidade e reconhecimento, pelo Brasil. Buscamos valores de camisetas com um fornecedor e abaixo iremos deixar nossos resultados:

Fornecedor: Shop 1102658294 Store - Ali Express (China, desde 21/02/2023.)



Custo por peça: 38,77

Preço de venda: 56,00

Margem de comissão por peça vendida:
17,23

EX: Vendendo 50 camisetas deste modelo mensais obteríamos o lucro de R\$861,50.



Custo por peça: 26,37

Preço de venda: 45,90

Margem de comissão por peça vendida:
19,53

EX: Vendendo 50 camisetas deste modelo mensais obteríamos o lucro de R\$976,50.



Custo por peça: 12,15

Preço de venda: 45,00

Margem de comissão por peça vendida:
32,85

EX: Vendendo 50 camisetas deste
modelo mensais obteríamos o lucro de
R\$1642,50.

8. CONCLUSÃO

Este trabalho proporcionou uma análise detalhada sobre o mercado de moda masculina casual adulta, com um foco especial nas estratégias de negócios e marketing digital no contexto do dropshipping. Ao longo do texto, exploramos desde o conceito e funcionamento do dropshipping até as diversas estratégias de marketing digital, como Inbound Marketing, Marketing de Conteúdo e personalização da experiência do cliente. Ficou claro que o dropshipping oferece uma oportunidade única para empreendedores explorarem o comércio eletrônico sem as preocupações logísticas tradicionais, focando principalmente em marketing, vendas e atendimento ao cliente. Além disso, destacamos a importância das mídias sociais no marketing digital e como elas influenciam positivamente o dropshipping, proporcionando visibilidade, engajamento e vendas. Por fim, apresentamos dados relevantes sobre a empresa em estudo, sua missão, setor de atividade, benefícios do serviço, forma jurídica, enquadramento tributário, análise de mercado e estratégias de vendas. Com uma visão ampla desses aspectos, a empresa está bem-posicionada para iniciar suas operações com sucesso, visando expandir para outras plataformas no futuro e consolidar sua presença no mercado de moda masculina casual. Ao considerar o modelo de vendas por dropshipping, percebemos que oferece grandes vantagens, como a eliminação do controle de estoque. Os resultados obtidos na pesquisa de fornecedores mostram a viabilidade financeira do empreendimento, com margens de lucro atrativas em diferentes faixas de preço. A estratégia de precificação adotada parece ser eficaz, permitindo lucros consideráveis por unidade vendida.

9. BIBLIOGRAFIA

Marketing Digital:

<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-digital/>

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-inbound-marketing,c766a5e4d4f13810VgnVCM100000d701210aRCRD>

<https://rockcontent.com/blog/inbound-marketing/>

<https://ex2.com.br/blog/marketing-digital-como-surgiu/>

Taxa de retenção:

<https://www.zendesk.com.br/blog/o-que-e-retencao-clientes/>

Personalize a experiência do cliente:

<https://www.zendesk.com.br/blog/personalizacao-experiencia-do-cliente/>

Dropshipping:

<https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/O%20guia%20completo%20sobre%20dropshipping.pdf>

https://d1ih8jugeo2m5m.cloudfront.net/2021/12/ebook_guia_definitivo_dropshipping.pdf

https://www.shopify.com/br/dropshipping?term=curso%20de%20dropshipping&adid=565806964999&campaignid=15436645147&utm_medium=cpc&utm_source=google&bucket=website_other_PTBR&gad_source=1&gc

https://www.hostinger.com.br/tutoriais/como-fazer-dropshipping?ppc_campaign=google_search_generic_hosting_all&bidkw=defaultkeyword&lo=1001733&gad_source=1&gclid=CjwKCAjw5ImwBhBtEiwAFHDZx3crDdeptkJ05WEI1dQ0h9IYMLqjWaQzzhLEJM0a5PjfwPNWLGG91hoC_PsQAvD_BwE

<https://www.youtube.com/watch?v=Wh0e5XfkOME>

<https://blog.omie.com.br/como-precificar-um-produto-no-dropshipping/#:~:text=Para%20calcular%20a%20margem%20de,margem%20de%20lucro%20em%20porcentagem.>

Análise de mercado:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-fazer-uma-boa-analise-de-mercado,2061b189deb36810VgnVCM1000001b00320aRCRD>

<https://www.ovbk.com.br/roupas-masculinas-e-as-tendencias-de-moda-basica-casual-em-2024>

Ferramentas do design:

<https://www.hostinger.com.br/tutoriais/ferramentas-de-web-design>

Midias Digitais:

<https://www.nuvemshop.com.br/blog/instagram-ecommerce/>