



Lucas Botz Photography

Na Couture, cerca de 50% dos participantes são designers e marcas internacionais provenientes de países fora dos EUA. Procuramos incessantemente as joias e relógios mais criativos e inovadores a nível mundial. Neste processo, estamos particularmente atentos à forma como poderemos apoiar os designers e marcas internacionais, promovendo o seu sucesso no mercado americano.

Com este objetivo, estabelecemos uma parceria com uma agência sediada nos EUA, especializada em trabalhar com marcas internacionais, e elaboramos o seguinte guia de referência, que fornece algumas indicações sobre *Como ter sucesso na América*.\*

**REPRESENTAÇÃO/CONSULTORIA:**

Existem inúmeros benefícios em trabalhar com uma agência sediada nos EUA. O mercado de joias americano é o maior a nível mundial, proporcionando como tal excelentes oportunidades para os joalheiros internacionais. Paralelamente, o mercado dos EUA tende a ser mais aventureiro do que outros, favorecendo assim os mais inovadores. No entanto, a oferta é tão vasta que por vezes é necessária alguma paciência e dedicação por parte dos joalheiros internacionais para conseguir estabelecer a sua presença no mercado americano. Neste sentido, uma agência com experiência no mercado americano poderá ajudar a orientar o desenvolvimento da sua coleção e práticas comerciais, dando um contributo importante nas subtilezas deste negócio.

**Se pretender contratar os serviços de uma agência:**

- Procure um representante como o qual se identifique verdadeiramente; cada representante tem a sua própria especificidade. Aconselhamos que seja feita uma pesquisa exaustiva, de forma a encontrar aquele que melhor se adequa à sua personalidade e à sua coleção.
- Tenha em consideração os conselhos do representante sobre a coordenação dos seus negócios nos EUA. A cultura, políticas e procedimentos podem variar entre países, e o mesmo se aplica aos Estados Unidos.
- Encare este processo como uma maratona e não uma corrida. Mesmo que a sua coleção tenha já alguma notoriedade, a aceitação por parte do mercado americano poderá levar algum tempo.
- Caso não seja viável a contratação de um representante nos EUA a tempo inteiro, pondere contratar uma agência com sede nos EUA para uma consulta formal.\*\*

---

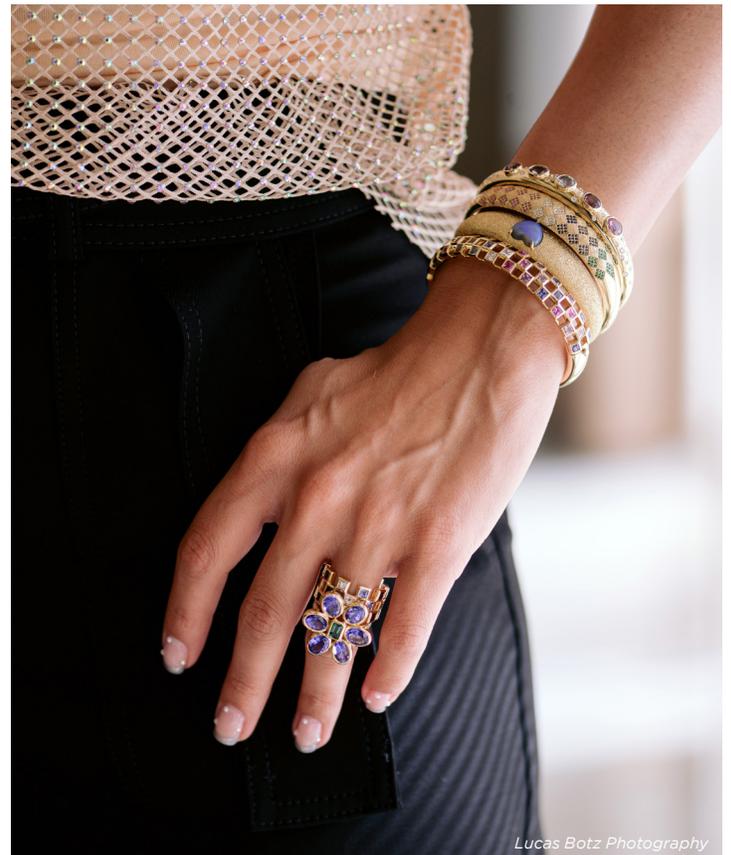
Encare este processo como uma maratona e não uma corrida. Mesmo que a sua coleção tenha já alguma notoriedade, a aceitação por parte do mercado americano poderá levar algum tempo.

---

**DESIGN:**

Existem diferenças culturais notórias em todos os países do mundo, tal como na América. O estilo americano varia também de acordo com a região; os gostos no que diz respeito a silhuetas, cores ou escalas são variáveis de estado para estado e até de cidade para cidade. Quando apresentar a sua coleção aos revendedores, deverá ter em consideração os seguintes aspetos:

- Não cometa o erro de presumir que sabe exatamente aquilo que os americanos procuram, apenas por seguir contas de determinadas lojas ou estilistas no Instagram; o mercado americano pode ser muito inconstante.
- Tenha em atenção o feedback dos revendedores. Faça perguntas e esteja recetivo a todos os comentários.
- Quando apresentar as suas coleções, tenha em consideração as normas culturais americanas. Por exemplo, o vestuário de noiva nos EUA consegue ser muito diferente de outras culturas.
- Ajuste o design e fabrico à dimensão do seu negócio; a quantidade de peças desenvolvidas não é necessariamente proporcional ao crescimento de vendas nos EUA.



**LOGÍSTICA:**

Cada país tem o seu próprio método de trabalho. Para entrar no mercado dos EUA, é necessário adaptar as coleções internacionais ao método de trabalho americano.

- O ideal será que todas as questões aduaneiras nos EUA (carnets, TIBs, despachos) sejam tratadas por profissionais. A menos que uma coleção seja suficiente grande para justificar uma empresa própria de expedição internacional, é altamente recomendável recorrer aos serviços de um expedidor internacional credenciado, tais como Malca Amit, Ferrari ou Brinks. Antes de proceder ao envio, certifique-se que todos os documentos e licenças estão em vigor.
- Faça os envios sempre com a expectativa de que haverá atrasos. É impossível controlar o ritmo de trabalho das alfândegas internacionais, nomeadamente dos EUA.
- Se estiver a colaborar com uma agência, crie métodos e sistemas que se conjuguem perfeitamente com os procedimentos do seu representante americano.
- Na entrega de pedidos de encomendas ou pedidos especiais, procure sempre superar as expectativas. Se a entrega estiver prevista para um prazo de duas semanas, os artigos deverão estar disponíveis na loja atempadamente.
- Tenha em atenção que, mesmo com um planeamento cuidadoso, todo o processo normalmente será mais longo do que o esperado.

---

Cada país tem o seu próprio método de trabalho. Para entrar no mercado dos EUA, é necessário adaptar as coleções internacionais ao método de trabalho americano.

---



**REVENDEDORES:**

O negócio de joias resulta cada vez mais de parcerias entre designers e revendedores. Em última análise, as coleções precisam do apoio dos revendedores para ter sucesso no mercado americano, por isso trate-os bem!

- Permita alguma margem nos preços de revenda e estabeleça parcerias financeiras com os revendedores, de forma a promover e vender a sua coleção, tais como cooperação comercial e incentivos de vendas.
- Escolha cuidadosamente os seus parceiros. Cada mercado nos EUA terá um ou dois revendedores principais. Confie nas orientações do seu representante americano e de outros colegas do setor. Caso não tenha um representante baseado nos EUA, faça uma pesquisa exaustiva - siga a loja no Instagram, verifique quais as marcas que representam, peça feedback a amigos e colegas do setor, etc. Se a sua coleção tiver um bom volume de vendas com um determinado revendedor, peça-lhe recomendações sobre lojas noutras regiões que possam oferecer oportunidades relevantes. Em alguns casos, o revendedor poderá até conseguir fazer a ligação entre ambas as partes.
- Os revendedores exigem às marcas um contacto constante e tempos de resposta imediatos. Por exemplo, se uma loja estiver no processo de fechar uma venda e precisar de algum esclarecimento ou ajuda, é esperada disponibilidade imediata da sua parte.



- Forneça às lojas uma enorme variedade de fotos e material de marketing, que serão ferramentas de vendas absolutamente essenciais. Por outro lado, torna-se também mais fácil controlar a imagem da sua marca nas redes sociais, bem como a interação revendedor/cliente.
- Será necessário fornecer catálogos e fotos detalhadas de cada artigo.
- Se não for possível deslocar-se a cada uma das lojas, tente manter a comunicação remotamente com os proprietários, compradores e vendedores. Siga as lojas nas redes sociais, agradeça pessoalmente aos vendedores pelas vendas e apoio; quanto melhor for a sua comunicação com as lojas e vendedores, melhor será o seu reconhecimento e parceria no negócio.
- Se estiver a apresentar uma coleção remotamente, tenha em consideração a capacidade dos vendedores para absorver pequenas informações. Forneça à equipa informações importantes sobre a coleção, mas tente não sobrecarregá-la com demasiados detalhes.
- Participe na COUTURE! Dependendo da sua posição no mercado dos EUA, a COUTURE é a melhor oportunidade para conhecer os revendedores mais cobiçados dos Estados Unidos.

*\*A equipa COUTURE agradece a orientação e experiência de Tony Goldsberry da Rock House, que possui uma vasta experiência na representação de marcas nacionais e internacionais, auxiliando o seu posicionamento no mercado americano.*

*\*\*Se pretender obter sugestões de representantes que possam estar disponíveis para consultoria, entre em [contacto](#) com um membro da equipa COUTURE.*