



la

Missão

Somos a linha que conecta produtores, vendedores e consumidores a fim de criar uma **plataforma ampla** e repleta de escolhas de compra. Costuramos no mapa uma **moda com diversidade** e livre de nós.



Visão

Ser uma plataforma livre de engessamentos, melhorando cada vez mais a **conexão** entre o produtor e consumidor, construindo uma moda mais livre para **escolhas dos consumidores**.



Valores

Veracidade

Permitir que o cliente saiba que a loja e os produtos são reais e que em consequência as características dos mesmos são confiáveis.

Inovação

Por meio da divulgação e mapeamento das lojas, a lā permite que a moda seja mais fluída e cede aos usuários uma oportunidade de rever e recriar o seu estilo.

Comunicação

A lā é mais que tudo um portal que leva o ponto de vista do consumidor à loja e o conceito de moda do vendedor ao cliente criando uma conexão de benefício mútuo.

Diversidade

Mostrar que todos os estilos são acessíveis e podem estar mais próximos do que o imaginado. A lā revela uma rede de oportunidades que a olhos nus não poderia ser vista.



Time



Glesson
Farias



Eduarda
Scharnhorst



Eugênia
Pereira



Gerson
Ramos



Helena
Andrade



Marcos
Holanda



Mayara
Gomes



Nara
Souza



Rafael
Prado



Rafael
Teles

Niche

moda moda MODA moda moda moda *moda* moda moda moda moda **m**
moda moda MODA moda *moda* moda moda **moda** moda mod
moda *moda* moda mo **Moda** *moda* moda MODA
moda moda **moda** **Moda** MODA moda *moda* mod
MODA **moda** moda MODA moda moda *moda* moda *moda* *moda* Mo
moda **moda** **moda** moda *moda* **moda** MODA *moda* moda MODA **m**





R\$ 42 bi

em vendas no Brasil
no ano de 2014

R\$ 13 mi

2 dias de rodada
de negócios em PE

R\$ 142,00

Ticket médio de
venda online em 2014



84%

Pagariam mais caro
em lojas físicas pelo
design

270 respostas

67%

Não encontram
referências de estilo
em lojas físicas

270 respostas

62 pessoas

Apontaram falha nas
informações de
tamanho e qualidade
como maior problema
das compras online

197 respostas





Ayla Ketlen
Bagageiro de Chita



Problema

Como promover maior **confiança** no momento da compra, eliminando problemas de tamanho e qualidade, através dos produtores de **moda local**?





Bordando um mapa para a moda