



Troféu Jatobá 2021

CASE: Dafiti Group

Título: **Dafiti Group: 10
anos revolucionando o
ecossistema da moda**

Categoria: Projeto Especial
Setembro de 2021

Resumo

Em 2021, o Dafiti Group, maior grupo de e-commerce de moda e lifestyle da América Latina, completa 10 anos. Fundado em 2011 e com atuação em 4 países (Argentina, Brasil, Chile e Colômbia), o grupo tem como propósito revolucionar o ecossistema da moda, com uma proposta de valor baseada em oferecer a melhor experiência de compra ao cliente, aliando o melhor portfólio, inspiração de moda, os melhores preços e a melhor conveniência - tudo isso com a visão de gerar impacto positivo às pessoas e ao planeta.

Para reconhecer os feitos de sua trajetória e lançar luz sobre o posicionamento da empresa que, há 10 anos, lidera o e-commerce de varejo de moda atuando na vanguarda do setor, foi elaborada uma estratégia de comunicação integrada, com foco em 5 pilares:

1. Inauguração do maior centro de distribuição automatizado do setor na América Latina para valorizar a inovação da companhia;
2. Anúncio de um amplo projeto de sustentabilidade;
3. Lançamento do Mapa da Fala Empática;
4. Divulgação do estudo inédito sobre o futuro do e-commerce de moda;
5. Lançamento de uma collab com as 10 marcas que ajudaram a construir a história da Dafiti.

Desafio

O desafio da comunicação foi o de lançar luz sobre o posicionamento da empresa que, há 10 anos, lidera o e-commerce de varejo de moda atuando na vanguarda do setor e promover o reconhecimento dos feitos de sua trajetória.

1. Inauguração do maior centro de distribuição automatizado do setor na América Latina para valorizar a inovação da companhia;
2. Anúncio de um amplo projeto de sustentabilidade;
3. Lançamento do Mapa da Fala Empática;
4. Divulgação do estudo inédito sobre o futuro do e-commerce de moda;
5. Lançamento de uma collab com as 10 marcas que ajudaram a construir a história da Dafiti.

Estratégia

A Comunicação teve a missão de dar visibilidade a estas ações para valorizar a marca e lançar luz sobre o posicionamento da empresa que, há 10 anos, lidera o e-commerce de varejo de moda atuando na vanguarda do setor. Para tanto, foi elaborada uma estratégia de comunicação integrada, com foco em **conteúdo em novos formatos e relacionamento**, direcionada aos seguintes públicos:

- Imprensa
- Influenciadores
- Consumidores
- Creators
- Ecossistema da moda

Ações

As plataformas / ações de comunicação selecionadas para dialogar com os públicos de maneira clara, objetiva e assertiva foram:

Evento online;

Vídeo para redes sociais da marca;

Seeding;

Branded content em veículos de moda;

Lives e conteúdos em parceria com formadores de opinião influentes na indústria da moda;

Imprensa - matérias em veículos de economia e negócios.

Resultados

A estratégia de PR resultou em mais de **200 exposições** positivas na grande imprensa, com **800 K de alcance e R\$ 1,3 milhão de equivalência** na mídia.

Foram ativados cerca de **20 influenciadores**, que realizaram **53 entregas** e resultaram em um alcance de **3,5M visitantes únicos**, gerando **4.8 K de novos usuários**.

As **lives** de Mônica Salgado e Jorge Grimberg totalizaram **20k de visualizações**

Resultados

ELLE

10.11.2023 | 10:00 | 10.11.2023 | 10:00 | 10.11.2023 | 10:00

MODA - LUGAR-TORRE

O QUE ESPERAR DO E-COMMERCE DE MODA NOS PRÓXIMOS ANOS

Para celebrar o aniversário de uma década, o Dafti Group se juntou ao WGSN Market para analisar a evolução da compra e venda de roupas e acessórios online e traçar possíveis novos caminhos.

Publicado em 07 de Maio de 2023

Publicado em 07 de Maio de 2023

IDENTIFICADO UM ASSASSINO PROIBIDO

Das tendências de compra de roupas em uma loja física para um tanto online, as mudanças tecnológicas e os avanços em comportamento de consumo fazem com que o campo de moda digital se torne um espaço bem mais amplo e rico para negócios. O crescimento da primeira página, a primeira página está se tornando o principal de negócios. Os pontos de venda físicos, em sua maioria, já não são mais os principais pontos de venda. Isso se deve ao fato de que, com o tempo, o Dafti Group e o WGSN Market, em conjunto, estão se tornando os principais pontos de venda de moda.

Em fevereiro passado, o Dafti Group foi um dos primeiros a estabelecer o segmento de moda e acessórios em 2022, graças aos consumidores brasileiros que se tornaram sempre online. Os dados de vendas da primeira página, no entanto, não são os mesmos e podem variar dependendo do cenário local, a exemplo do mercado de e-commerce de moda e acessórios em outros países.

Desde 2013, **moda e acessórios** representam a principal categoria na venda on-line brasileira.

dafti group

publi 33min

#publi

NEW LOW PRICES!

Desde que os **e-commerces** de moda surgiram, muitas mudanças aconteceram no varejo e no comportamento do consumidor.

Mas você sabe exatamente o que mudou?

dafti group

monicasalgado 5h

live

O futuro do e-commerce de moda

Estudo realizado por Dafti Group e WGSN Market

@dafti
Samantha Albuquerque
CEO do Dafti Group

@monicasalgado
Mônica Salgado
Jornalista, criadora de conteúdo e palestrante de live

SUPERFELIZ EM CONDUZIR ESTA LIVE COM @DAFITI AMANHÃ! ESPERO VCS!

wgsn wgsnbrasil 3min

LIVE: O futuro do ecommerce de moda

Estudo realizado por Dafti Group e WGSN

08/06 às 19h

LIVE NO PERFIL DE @DAFITI

@dafti
Julia Curran
Consultora Sênior WGSN Market

@jorgegrinberg
Jorge Grimberg
Jornalista, comunicador e consultor de moda

sustainability survey results - All.pdf

Resultados

ELLE

163T_RaKonD9Dq579_Bk158weA

ASSINE N

Desde 2013, **moda e acessórios** representam a principal categoria na venda on-line brasileira.

INSCREVA-SE AQUI

MODA • LUIGI TORRE

O QUE ESPERAR DO E-COMMERCE DE MODA NO BRASIL NOS PRÓXIMOS ANOS

Para celebrar o aniversário de uma década, o Dafiti Group se juntou ao WGSN Mindset para analisar a evolução da compra e venda de roupas e acessórios online e traçar possíveis novos caminhos.

f t

METRÓPOLES

MENU

Brasil SP RJ GO Mundo Vigi & Cuido Saúde

4 dormitórios
VIBRANTE
& OU 8 VAGAS
VISITE D

ILICA MARIA ESTEVÃO
Por dentro de moda. Fora do comum.

Dafiti Eco: conheça a plataforma focada em produtos sustentáveis

A página do e-commerce Dafiti reúne produtos que atendem a pilares como: materiais, peças sustentáveis e impacto nos animais.

Ilíca Maria Estevão
30/07/2021 18:23 atualizado: 03/07/2021 18:24

premiados de outros bancos e com...
Aqui você tem os dois. Compare e escolha
o investimento mais adequado pra você.

Resultados

Dafiti Group e WGSN Mindset apontam futuro do e-commerce de moda em estudo inédito

BUSINESS

▲ QUEDA DE AVIÃO Piracicaba, interior de SP | ELEIÇÕES 2022 Bolsonaro e Mourão | ARTE

Dafiti inaugura centro logístico automatizado em Piracicaba para acelerar entregas

O centro tem capacidade para separar 5 mil produtos por hora, o que reduz o tempo de separação dos produtos de 24 para 2 horas



0

Publicado por [Dionisa Mendes](#) at 14 de maio de 2021

Tags · Categorias



Gráfico de e-commerce: Ideia no âmbito / Jotta e autoridade global em tendências indicam caminhos do varejo de moda online nos próximos anos.

Dafiti comemora aniversário com dez collabs exclusivas

As parceiras Adidas, Capodarte, Colcci, Forum, Lança Perfume, Luiza Barcelos, Melissa, Porto Brasil, Reserva e Santa Lolla foram as escolhidas para participar do projeto



meio & mensagem