

De uma peça de biquíni postada no Instagram à um grande negócio

Vanessa Monteiro postou sua primeira foto na rede há 7 anos. Hoje, comanda a Bikini Fox Brasil, que conta com 10 lojas físicas.

por Laís Pacheco

Quem entra na loja matriz da Bikini Fox Brasil na cidade de Maceió nem imagina que toda aquela estrutura com tantos modelos diversos de produtos voltados à moda praia, vendedores circulando e clientes entrando incessantemente pela porta, surgiu a partir de uma singela postagem de um biquíni no Instagram pessoal de Vanessa Monteiro. Na época, Vanessa ainda com 21 anos e estudante de direito, trabalhava com seu pai em um negócio da família. Empreendedorismo, mundo da moda, produção de peças e atacado e varejo não faziam parte de seu vocabulário. Apesar disso, soube enxergar a oportunidade que aquela simples foto estava proporcionando a ela e cair de cabeça na ideia. "Foi uma coisa bem despreziosa, na verdade eu comecei fazendo um biquíni para mim e quando eu o usei, algumas amigas me perguntaram. Daí eu vi naquilo - digamos que eu sempre tive uma veia empreendedora - uma possibilidade de ganhar dinheiro" conta Vanessa.

Quem vê a atriz Marina Ruy Barbosa desfilando com peças da Bikini Fox não faz ideia dos primeiros dias da empresa. Foi então que ela decidiu que iria colocar para frente aquela ideia, contou com um instrumento que foi seu aliado - e a semente primordial do seu negócio - o Instagram. "Eu tirei uma foto dos biquínis que tinha na época, uns cinco - comecei trabalhando só com encomenda - e coloquei no meu Instagram pessoal dizendo que tinha feito para minhas amigas. Foi aí que outras amigas minhas e amigas das amigas foram se interessando e logo foi tomando uma proporção maior dentro da rede social", diz ela. Ao ver a dimensão que a postagem tinha tomado, Vanessa resolveu criar uma conta para a loja, que hoje possui quase 500 mil seguidores na rede.

Não demorou muito tempo para ela perceber que seu negócio, que até então se limitava ao virtual, ia precisar de um espaço físico - e todas as medidas que ele exige. Infraestrutura, impostos, burocracias e tudo aquilo que espanta quem pretende investir em um negócio no Brasil. Sendo estes três primeiros itens que mais assustam quem deseja abrir um ponto físico, segundo uma pesquisa feita pelo Peixe Urbano, um dos maiores sites de comércio eletrônico da América Latina. Altos juros, a dificuldade de contratar pessoal capacitado para formar um equipe, além da alta concorrência, dependendo do setor, são fatores que intimidam também. Para Vanessa, dar este passo era uma necessidade e ela estava disposta a assumir os riscos. "Primeiro eu utilizei uma sala da empresa do meu pai para começar a fazer as entregas em horário comercial, pois estava saindo do

meu controle. Pessoas apareciam no meio do almoço, na hora do jantar ou às 5 da manhã. Isso tudo uma semana depois da minha primeira postagem no Instagram da loja", disse Vanessa, que só depois de quatro meses decidiu reformar a sala e remodelar seu negócio para o formato de uma loja convencional, deixando de trabalhar somente com encomendas.

Da primeira loja para seu espaço físico de hoje, em uma rua privilegiada na cidade de Maceió, Vanessa afirma que sua maior ferramenta de comunicação continua sendo o Instagram. "As pessoas sabiam quando as encomendas chegavam, depois as pessoas passaram a saber quando tinha um modelo novo ou uma cor nova pelas postagens do Instagram e até hoje é o nosso meio de divulgação maior". Quando cheguei na loja, o Instagram da Bikini Fox havia de postado há pouquíssimo tempo uma foto de alguns modelos que tinham acabado de chegar de cangas. Até o fim do nosso papo - que durou cerca de quarenta minutos - todas as peças dos quatro modelos disponíveis já haviam sido vendidas.

Foi por meio dele também que a Bikini Fox foi se tornando a loja desejo de quem queria abrir um negócio. Diante de toda a visibilidade da loja na rede social, do sucesso que ela havia alcançado de modo orgânico e de ter se consolidado como marca em um tempo curto diante de demais marcas do mesmo segmento, outras pessoas mostraram interesse em vestir a camisa da Fox também. Hoje, a marca Bikini Fox Brasil conta - até agora - com 10 unidades espalhadas pelo Nordeste, tendo sua primeira expansão para fora da região em breve, abrindo uma unidade em São Paulo.

Vanessa explica que ainda tem que lidar com muitos percalços e que conta com consultorias, estudos e muito trabalho. Em um país onde, segundo dados do Sebrae, 80% das novas empresas fecham nos primeiros dois anos, ela pode ser considerada uma sobrevivente por estar completando 7 anos no mercado. Para ela, o segredo para o sucesso de sua marca é o fato que jamais pode ser deixado de lado o atendimento que tem que ser dado ao cliente durante a compra e prestar atenção sempre no pós-venda, para que a experiência do consumidor de seu produto seja plenamente satisfatória.