

VR COLLEZIONI

THE BRAND BOOK



VR COLLEZIONI - BRAND BOOK



Índice

04 - Branding

10 - Mantra

13 - Filosofia

20 - A Marca

21 - História

22 - Homem VR

28 - Universo VR

31 - Campanhas

36 - VR Experience

44 - Suporte de Marketing

47 - VR na Mídia

49 - Produto

BRANDING

Branding é todo esforço realizado por uma empresa com o objetivo de gerir a marca, transmitindo seus valores, cultura e o impacto positivo que deseja passar ao mundo. Ao mostrar “quem é a marca” o processo de branding torna-a mais conhecida, mais desejada e mais conectada com aqueles que têm valores similares.

Realizando uma boa gestão de marca, criando uma imagem única ao transmitir a história da empresa e por que faz o que faz, é possível transformar clientes em fãs.

Ou seja, branding é a soma das ações que relacionam o posicionamento, o propósito e os valores de uma marca com a percepção que o público tem da mesma.



BRANDING



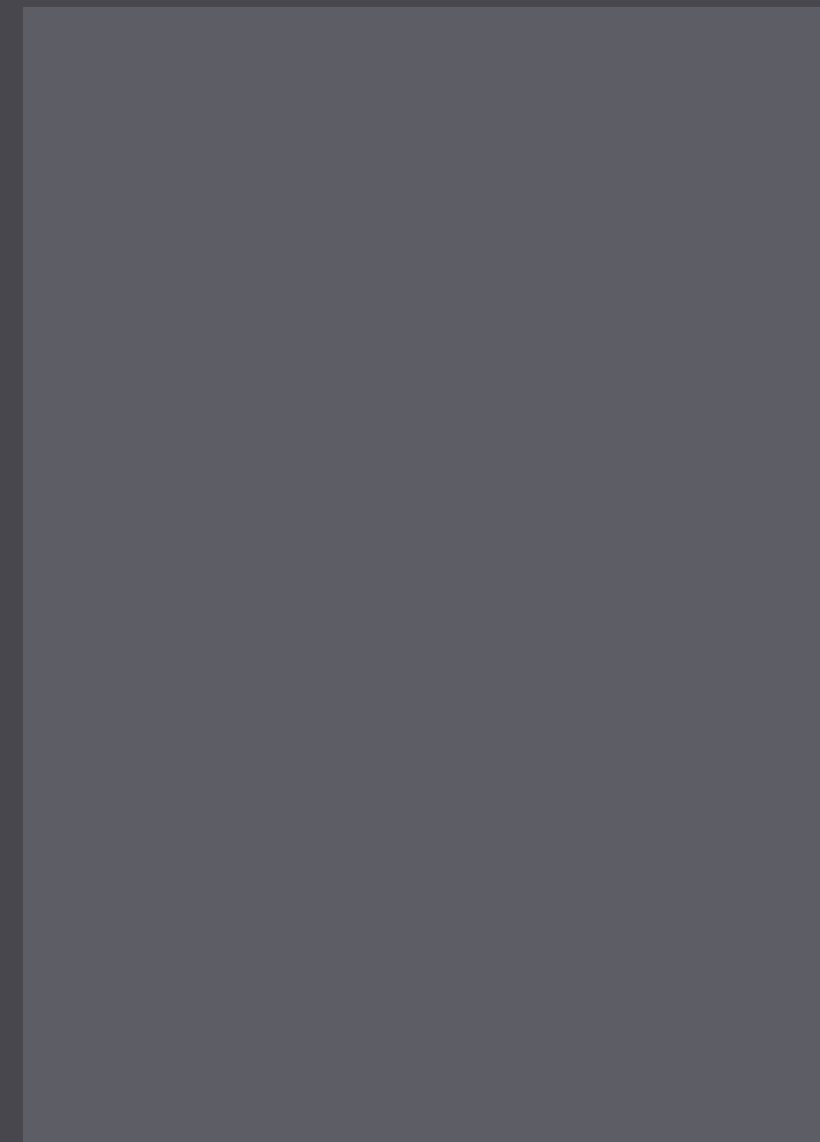
“Branding é o processo de conectar boas estratégias com criatividade.”

Marty Neumeier

BRANDING



“O mais importante a se lembrar é que você deve conhecer a sua audiência.”



Lewis Howes

BRANDING

“A sua marca é uma promessa
para os seus clientes...
A promessa de qualidade,
consistência, competência
e confiança.”



Jason Hartman

BRANDING

“Sua marca é a porta de entrada para o seu verdadeiro trabalho.”

Dave Buck





MANTRA



“Transformando estilo em
sophistication.”



MANTRA

Mantra é uma expressão que traduz a marca. Ele serve para proporcionar ainda mais clareza quanto à intenção do posicionamento da marca e é como as empresas gostariam que os consumidores enxergassem a mesma, de forma a facilitar a fixação na mente dos consumidores.

Muitas vezes é necessário defini-la como uma marca mantra. Uma marca mantra é altamente relacionada a conceitos de branding, tais como “essência da marca” ou “promessa de marca principal.” Marca mantra é uma articulação do “coração e alma” da marca. Elas geralmente são curtas, de três a cinco palavras-chave, e captam a essência irrefutável ou o espírito do posicionamento da marca. A sua finalidade é garantir que todos os funcionários na organização e todo o marketing externo e parceiros consigam entender o que é a marca.



MANTRA



“Trabalhamos todos os dias para inovar. Inovamos para transformar o lifestyle em moda, a moda em desejo e o desejo no presente.”





FILOSOFIA



**CONTEMPORÂNEO
E SOFISTICADO**



“A simplicidade é o último grau de sofisticação.”



Leonardo da Vinci

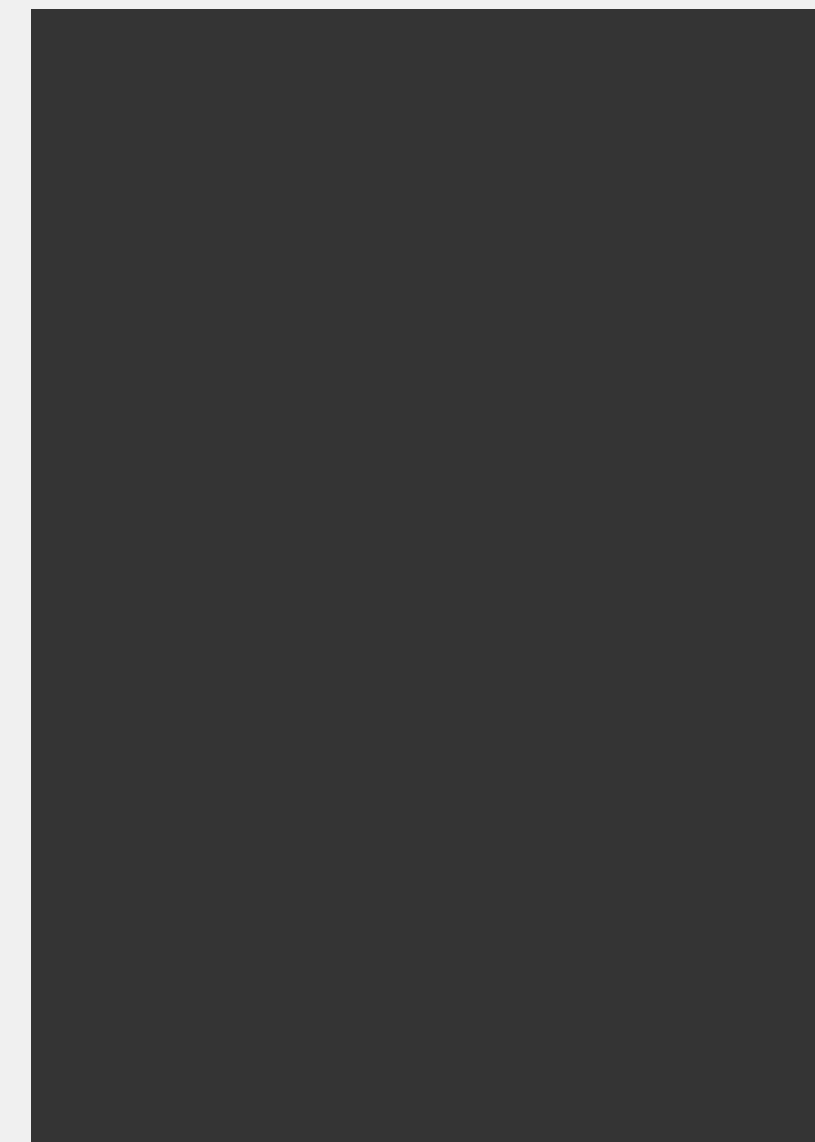
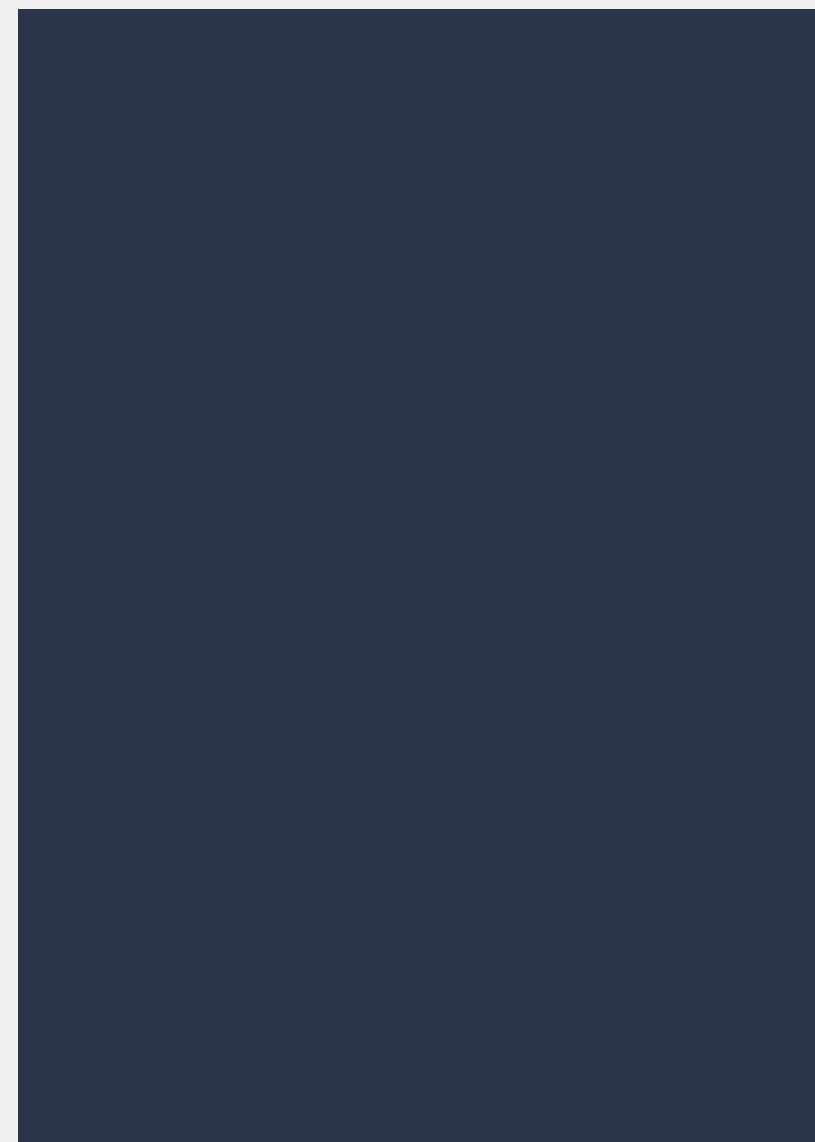


VIAGENS

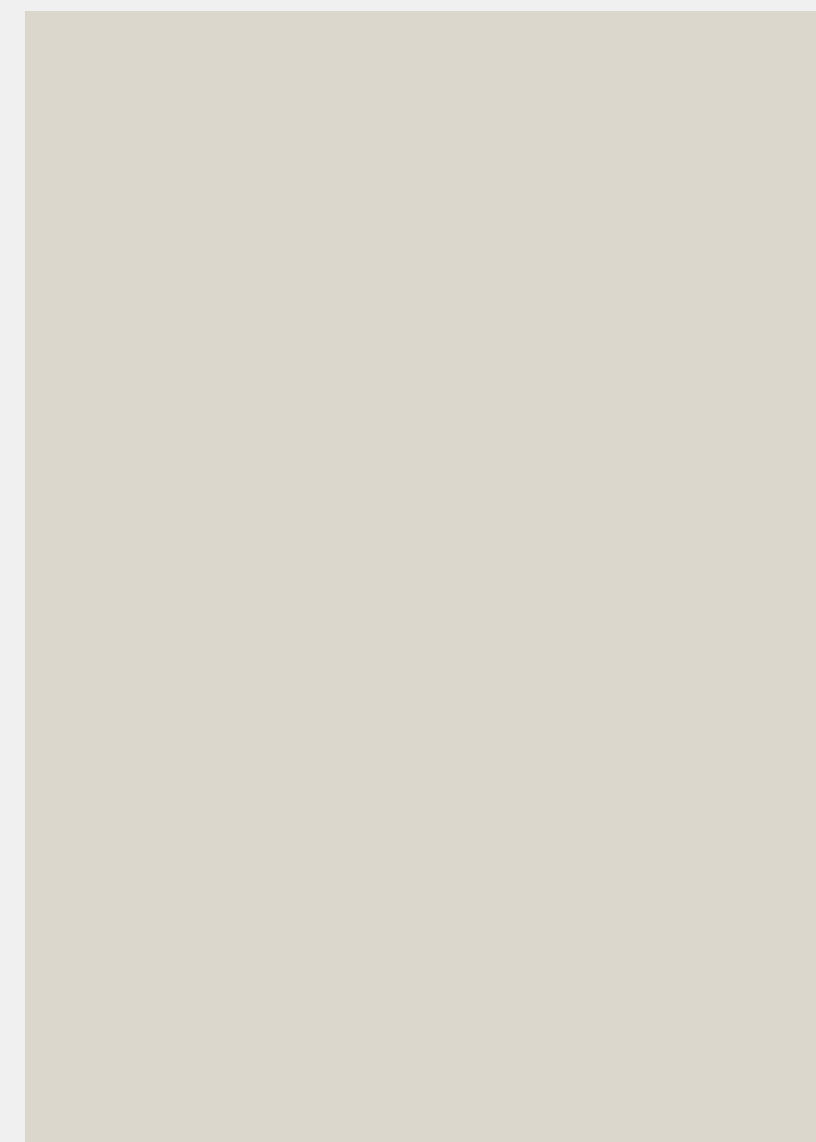
“De todos os livros do mundo, as melhores histórias se contam nas páginas de um passaporte”



ARTE E CULTURA



“A arte é um instante de eternidade e perfeição.”



CRIATIVIDADE



“Criatividade é a arte de conectar ideias.”

GASTRONOMIA

“Não se trata de ser melhor do que outra pessoa, se trata de ser melhor do que você era no dia anterior”

Ferran Adriá



ESPORTE



“Trabalhe duro e em silêncio. Deixe que seu sucesso faça o barulho.”

Dale Carnegie





A MARCA

Sinônimo de estilo, elegância e sofisticação, desde sua criação em 1998, a VR Collezioni estabeleceu uma filosofia voltada para a criação e design de um lifestyle inspirado no homem contemporâneo.

Durante seus anos de história, buscando sempre entregar inovação e originalidade, a VR se estabeleceu no mercado como uma marca premium, com uma linguagem única que conquistou o país e virou referência.

HISTÓRIA

1988

Nascimento da marca VR;

2011

Passou a fazer parte do Grupo Inbrands;

2016

Nova assinatura VR
Collezioni que traduz o crescimento, consolidação, missão e valores;

2020

Expansão da marca com abertura de 41 lojas, espalhados por shoppings estratégicos do Brasil e nas mais importantes multimarcas nacionais;

2022

Desenvolvimento do novo site, em uma plataforma mais moderna, que acompanha as necessidades do mercado e do consumidor.





HOMEM VR

Um homem contemporâneo
e sofisticado.

Bem sucedido, elegante, confiante,
esportivo, urbano, arrojado,
atenado e educado.

Busca constantemente o equilíbrio e
liberdade, além de valorizar a arte.



Valoriza qualidade e conforto

Buscamos os pequenos momentos e conquistas. Apreciamos os momentos de lazer e as reuniões com aqueles que são importantes em nossas vidas.

Emocionalmente comprometido

entendemos as próprias emoções, e sabemos que essa é a chave para conseguir gerenciá-las, trabalhá-las e assim nos tornar uma pessoa e profissional melhores.

Busca novas ideias e conhecimentos

A busca do conhecimento nos faz ser inovador e colocar em prática ideias e vontades pessoais.

Sabe quando dizer não

Entendemos as prioridades do cotidiano, sabemos gerir nosso tempo e colocar em perspectiva aquilo que realmente nos fará ir mais longe.

Persiste até ter sucesso

Entendemos que a persistência é a chave do sucesso. Todo homem passa por momentos desafiadores, mas ao se focar no objetivo, superamos as dificuldades.

Toma atitudes prontamente

Não temos medo de arriscar, temos a capacidade de analisar os riscos e encontrar o melhor caminho para alcançar os melhores resultados.

Demonstra coragem

Temos firmeza diante das dificuldades e a capacidade e competência para ultrapassar as situações arriscadas e enfrentar o medo.

É orientado por metas

Somos pessoas com objetivos bem definidos, sabemos o que estamos buscando e o que precisamos fazer para chegar em nossos objetivos.





Tem uma missão

Sabemos qual o nosso propósito, o que precisamos aprender e qual o caminho mais curto para se conquistar aquilo que almejamos.

Tem um alto nível de disciplina

Não acordamos todos os dias motivados, mas entendemos que isso é só parte do processo. Nossa dedicação e disciplina são o que nos fazem alcançar nossas metas.

Tem interesse nos resultados

Números, objetivos bem traçados, metas e resultados são a recompensa por nossa resiliência. O trabalho árduo é a ferramenta para a conquista do que almejamos.

É extremamente ético

Nossos valores são mantras aplicados dia a dia. São as guias que direcionam nosso caminho. Através deles buscamos nossos objetivos sem desrespeitar aqueles que estão ao nosso lado.

Cria sua própria realidade

Moldamos nossos arredores, inspiramos as pessoas e criamos nossos caminhos. Entendemos que cada obstáculo ultrapassado está lá para nos fortalecer e crescer como.

Dedica-se ao aprendizado contínuo

Não é algo fácil, mas sabemos que conhecimento é o melhor instrumento para a evolução contínua, seja como pessoa ou profissional.



Fica fora da zona de conforto

Não gostamos de nos sentir parados ou estagnados. Fazemos questão de buscar novos desafios e assim chegar a novos lugares.

Valoriza a intelectualização

Uma mente forte e decidida é o primeiro passo para o sucesso. Alimentar nosso intelecto é a forma que encontramos de manter nossa mente viva e sã.

Educado e refinado, sem arrogância ou preconceitos

Sozinhos não chegamos longe. Sabendo disso, tratamos todos da mesma forma que gostaríamos de ser tratados, não importando a origem ou crença de cada um.

Toma decisões de forma acertiva e entende as consequências das escolhas

Analisamos cada situação como uma, buscando ser acertivos naquilo que decidimos. Entendemos os riscos e consequências de cada ação e decisão que tomamos para que o caminho até nossos objetivos sejam sempre em linha reta.



UNIVERSO VR

Paixão, movimento, liberdade e elegância. Essas características que fazem parte do DNA da marca e que traduzem o lifestyle do homem contemporâneo, são constantemente representados através das parcerias e modalidades esportivas que estampam nossas campanhas.



ESTILO DE VIDA

“O movimento inspirado no dia a dia das grandes metrópoles do mundo, em que a tecnologia e a cultura se unem, traduz o comportamento do homem VR”



AQUA DI PARMA



A Aqua di Parma, marca italiana de fragrâncias, se uniu à VR com a intenção de trazer o mais puro estilo italiano para o Brasil.

Seus gestos, escolhas e hábitos adotados, transformam o homem com esse perfil em um símbolo da sofisticação e elegância que perdura por mais de 100 anos.



CAMPANHAS





Outono Inverno 15



Outono Inverno 15



Verão 15-16



Outono Inverno 16



Primavera Verão 16-17



Primavera Verão 17-18



Outono Inverno 17



Outono Inverno 18



Primavera Verão 18-19



Primavera Verão 19-20



Outono Inverno 19



Outono Inverno 20



Primavera Verão 20-21



Outono Inverno 21



Primavera
Verão 21-22



Outono Inverno 22



Primavera 22



Verão 22-23



Shopping Iguatemi - SP



Morumbi Shopping



Flagship VR Jardins - Rua Bela Cintra - SP



CLIENTES



“A melhor propaganda
é feita por clientes
satisfeitos.”

Philip Kotler



ARQUITETURA

“Arquitetura é a vontade de uma época traduzida em espaço”



Mies van der Rohe

ARQUITETURA DAS LOJAS

CIMENTO, MADEIRA E METAL

Com grandes tendências de design, os projetos das lojas VR criam ambientes mais naturais, utilizando a madeira como reconexão com a natureza e o cimento e metal para não perder a modernidade dos centros urbanos. Em um ambiente cosmopolita, o cliente sente-se em conexão com a urbanidade característica da marca, onde as estruturas metálicas fazem contrapeso visual com o produto sofisticado e elegante.

O cliente VR, apaixonado por arquitetura contemporânea, sente-se em casa quando está em nossas lojas provando produtos de qualidade enquanto degusta uma dose de whisky ou uma taça de vinho.





ARQUITETURA DAS LOJAS

ARQUITETURA COM CONCEITO URBANO

Quando se fala em urbanização, o coletivo está sempre presente. Afinal, uma cidade, seja ela uma metrópole ou uma vila, é um centro pensado para a convivência entre as pessoas e para o melhor aproveitamento dos espaços.

De acordo com o autor italiano, Aldo Rossi, no livro *A Arquitetura da Cidade*, “A cidade é a memória coletiva dos povos; e como a memória está ligada a fatos e a lugares, a cidade é o “locus” da memória coletiva”. Ou seja, o “locus” é o princípio característico dos atos urbanos; a transformação dos espaços feita pela coletividade.

ARQUITETURA



“Arquitetura é uma expressão de valores”



Norman Foster

EXPERIÊNCIA

POSTURA E COMPORTAMENTO

Ao contrário do que se pode imaginar, a equipe das lojas VR tem várias atividades que fazem parte do seu dia a dia dentro da loja.

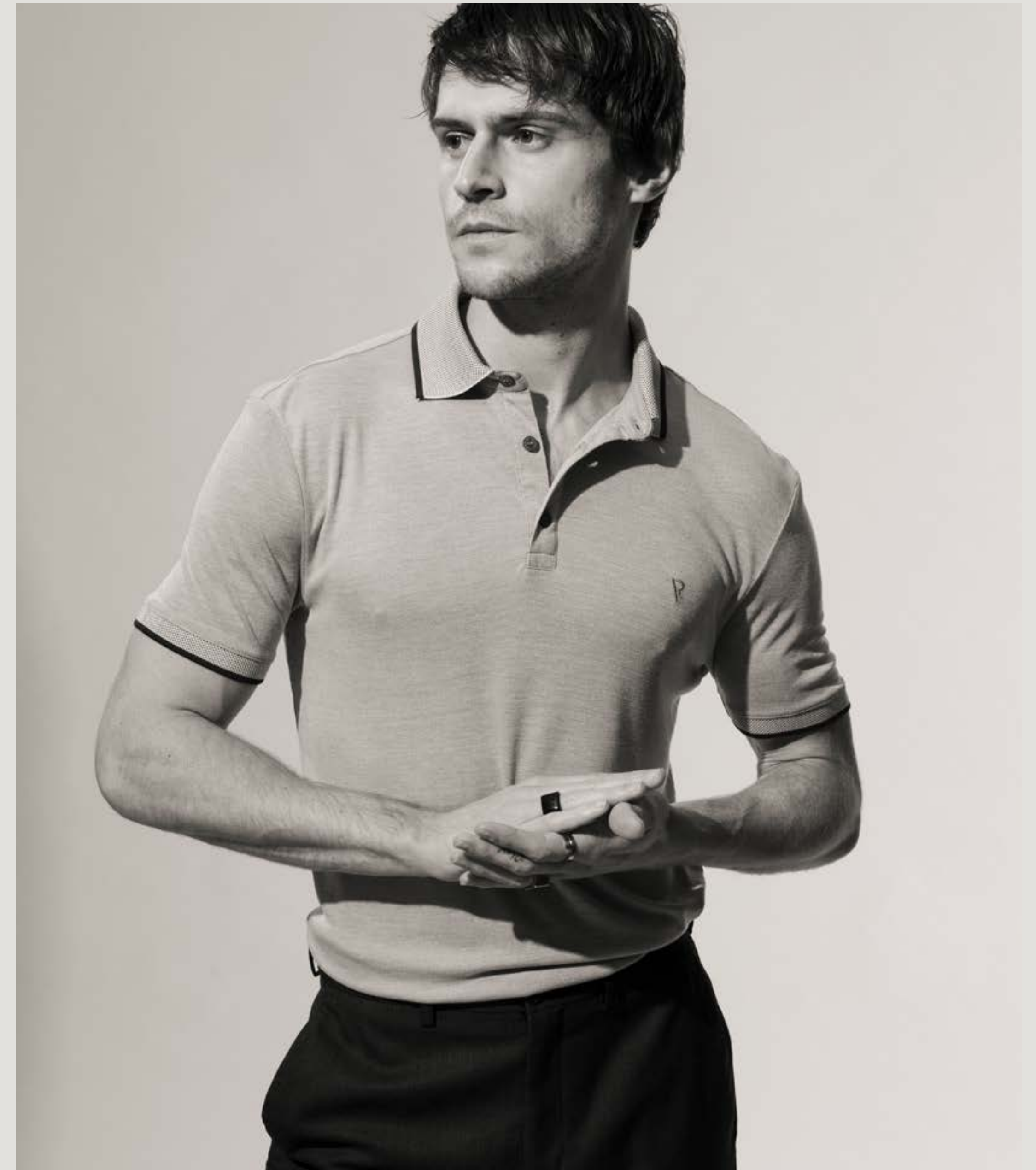
A venda em si é apenas uma delas.

Recepcionar e atender educadamente o cliente que entra na loja

Reconhecer o valor agregado de sua marca e usá-lo como argumento de venda

Conhecer o mercado para associar as suas soluções com as carências identificadas na concorrência

Demonstrar o produto, a fim de aumentar a confiança do cliente



POSTURA E COMPORTAMENTO

Prestar serviços aos seus clientes, orientando-os na venda e auxiliando-os no pós-venda

Analisar o desempenho dos atuais e novos produtos e checar também o ponto de venda, a fim de verificar se estão com um bom desempenho

Manter a loja impecável, vitrines sempre atraentes, preços e promoções sempre visíveis. Afinal de contas, todas essas atividades também contribuem para a conclusão da venda

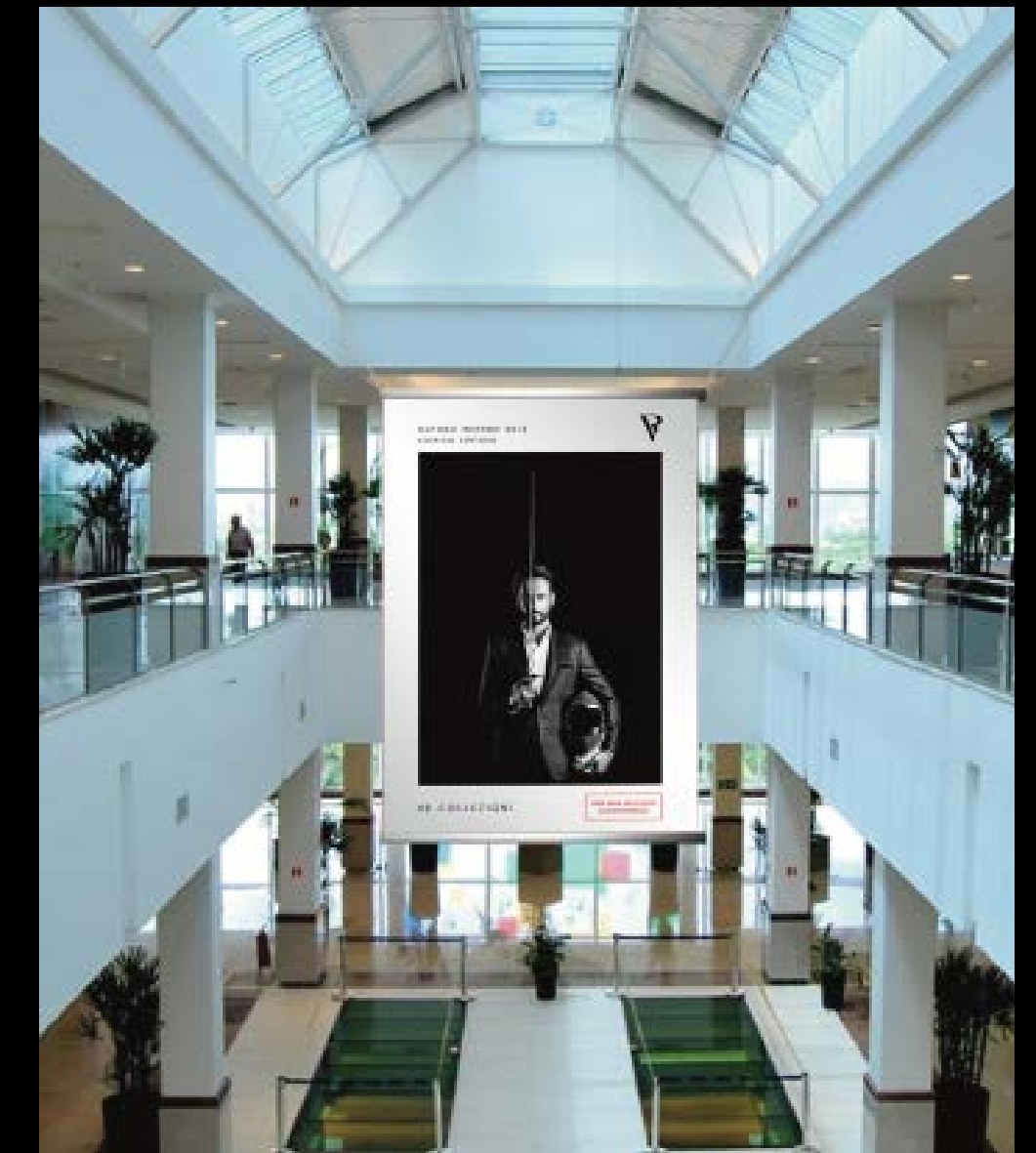
Gostar do que faz e principalmente do lugar onde trabalha. Porém, para o vendedor ter sua motivação diária, suas ideias devem ser parecidas com as da loja, somente dessa forma ele vai se sentir bem no ambiente de trabalho e vestir a camisa da empresa.



SUPOORTE DE MARKETING

PEÇAS PARA MÍDIAS DIGITAIS E IMPRESSAS

Suporte da área de marketing para desenvolvimento e finalização de artes exclusivas para mídias locais como: outdoors, empenas, backlights, painéis de loja, mídias de shoppings (banners, gigantografias, backlights, adesivos escadarias, displays etc)





SUPOORTE DE MARKETING

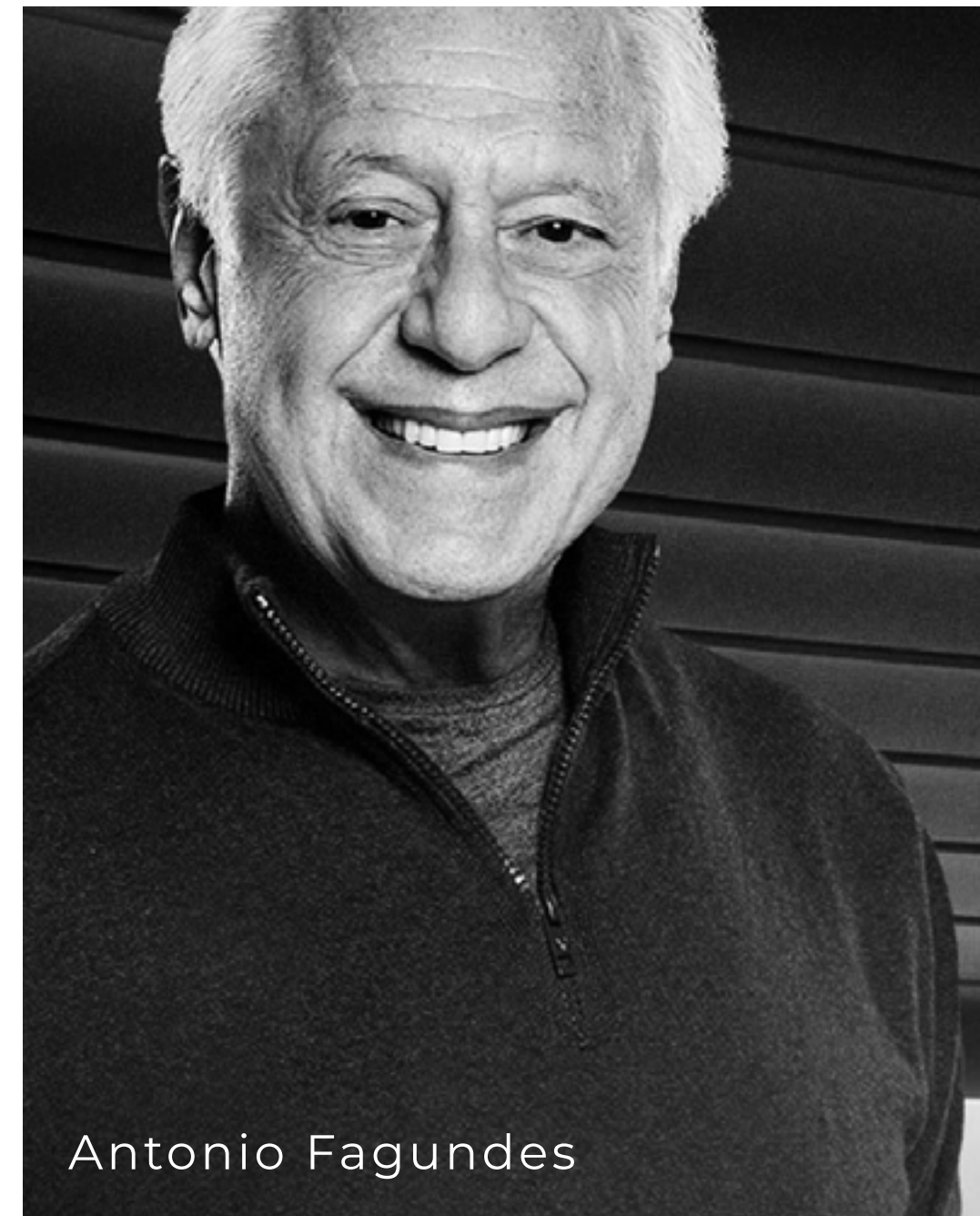


SUPPORTE MARKETING

VR NA MÍDIA



Cauã Reymond



Antonio Fagundes



Alexandre Nero



Felipe Andreoli



Celso Portioli



Henrique Fogaça



Lavoisier



Bruno Perini



João Quirino

VR NA MÍDIA



Felipe London



PRODUTO

URBAN



A linha VR URBAN é contemporânea e busca aliar o trabalho ao lazer. Utiliza a tecnologia dos tecidos com fit perfeito em produtos como jaquetas, blazers, coletes, tricots, calças, polos, camisas, entre outros.





Do costume às camisas. Das gravatas aos calçados. A VR Collezioni repagina o clássico com toques contemporâneos e tecidos nobres como o italiano Loro Piana.

Além da alfaiataria clássica, a VR Collezioni traz novidades de tecidos tecnológicos como a alfaiataria de moletom.



CLASS & ALFAIATARIA



CASUAL



A linha VR CASUAL alinha conforto e elegância para todos os momentos informais do homem urbano em produtos como jeans em diferentes lavagens e modelagens, polos, camisas, casacos, tricots, calças, entre outros.





Para o verão e as férias, a linha VR RESORT ganha destaque trazendo tecidos leves como voil e linho, aliados a uma cartela específica de cores da estação, em camisas, polos, bermudas, shorts e malhas.



RESORT



CALÇADOS & ACESSÓRIOS



Nos calçados e acessórios, a inovação e o conforto estão presentes em modelos exclusivos e acabamentos premium para diversas ocasiões. Dos clássicos aos casuais, os calçados acompanham a proposta elegante e contemporânea da marca em cintos, carteiras entre outros.





inbrands

A Inbrands é a empresa líder na consolidação e na gestão de marcas de moda e lifestyle no Brasil. Com um portfólio de marcas icônicas, líderes em seus respectivos segmentos e que possuem ampla capacidade de distribuição através de lojas próprias, franquias, revendas de multimarcas e e-commerce, a Inbrands se encontra em uma posição extremamente competitiva para agregar rentabilidade, inovação e gerar retornos financeiros sólidos e de longo prazo para seus acionistas.

Marcas do grupo

ELLUSSECONDFLOOR **VR** COLLEZIONI ELLUS RICHARDS

salinas HERCHCOVITCH;ALEXANDRE TOMMY HILFIGER **SPFW** BOBSTORE

VR COLLEZIONI