

# De mulher para mulher **marisa**

## MERCADO

Nos últimos 60 anos, tudo mudou na vida da mulher. Ela entrou no mercado de trabalho, lutou pelo seu espaço, mudou hábitos, ganhou liberdade, poder de decisão e novas ambições.

A Marisa esteve ao lado dela, acompanhando essa evolução o tempo todo, e se especializou em atender aos anseios desse universo rico, sensível e exigente, levando a moda a mulheres de todo o País.

Em todas as lojas da rede, a mulher encontra as últimas tendências a preços realmente competitivos e descobre que é possível se vestir bem sem pagar preços abusivos. Também tem à sua disposição grandes facilidades para poder realizar seus

desejos. O cartão próprio da Marisa, com uma base de mais de 11 milhões de clientes, permite formas de pagamento vantajosas e oferece as melhores promoções do mercado.

Proporcionando inúmeras condições para que as mulheres estabeleçam uma relação de cumplicidade e intimidade com a Marisa, a empresa se orgulha de ser reconhecida por seu slogan: De mulher para mulher. Sempre atualizada com as novas aspirações desse público, a Marisa não para de crescer.

## CONQUISTAS

Hoje, a Marisa é a maior rede de lojas de moda

feminina do País. São mais de 220 lojas espalhadas por todas as regiões e mais de 200 milhões de clientes frequentam as lojas por ano. A Marisa, inclusive, já foi visitada por personalidades da moda internacional, que consideraram a moda Marisa moderna, antenada com as tendências e com preços acessíveis. Mas a maior conquista da Marisa é poder proporcionar à mulher brasileira o que ela deseja: moda, produtos de qualidade acessíveis e muitas facilidades.

A Marisa ganhou a confiança das mulheres e retribuiu modernizando, ampliando lojas e o mix de produtos – onde elas possam encontrar também moda para toda a família – e tornando a experiência de compra um momento agradável e único no seu dia a dia atribulado.

## HISTÓRIA

Bernardo Goldfarb, fundador da Marisa, praticamente nasceu dentro da loja de sapatos de seu pai.

A primeira loja, a Marisa Bolsas, aberta em 1948, aos poucos conquistou as mulheres. Vendendo pronta entrega de estoques de grandes fabricantes a preços competitivos, esse empreendedor pioneiro encontrou o seu nicho e o seu público.

Com o nome Marisa Malhas, terceira loja do grupo, iniciou-se o processo de expansão. Sempre com a filosofia de oferecer às mulheres roupas de



qualidade por um preço que elas podiam pagar, a Marisa teve um desenvolvimento gradativo e planejado. Foram passos largos e precisos de uma eficiente estratégia de crescimento que resultou na empresa, genuinamente brasileira, que é referência em moda feminina no País.

## PRODUTO

O melhor da moda com o melhor preço. E para oferecer isso aos clientes, a Marisa investe na qualidade dos profissionais. As equipes dos departamentos de Coordenação de Moda e Compras estão sempre atualizadas com as últimas tendências. Em viagens constantes a Paris, Milão, Londres e Nova York, os especialistas da marca trazem dos principais centros de moda do mundo, novíssimas informações que são combinadas com as particularidades da moda brasileira. A cada nova estação, um mar de novidades, influências e criatividade inunda todos os setores envolvidos na criação da moda Marisa para o desenvolvimento das coleções.

A Marisa hoje oferece moda feminina, masculina, infantil, teen, cama, mesa e banho, tem a maior variedade e o melhor preço em moda íntima. E conta com uma das melhores estruturas do País para submeter cada nova coleção a rigorosos testes que garantem ao cliente a certeza de estar levando um produto com os mais altos padrões de qualidade.

## EVOLUÇÃO RECENTE

Há anos a Marisa aprende com o consumidor, evolui a cada dia e está cada vez mais moderna e atualizada. O resultado é uma marca antenada e uma imagem sempre nova. Para isso foi realizado recentemente um grande trabalho de reestruturação, envolvendo todas as áreas da empresa e que também está modernizando e ampliando a rede de



lojas para atender às necessidades das mulheres, cada vez mais exigentes.

A Marisa abriu em 1991 sua primeira loja em um shopping center. Hoje, só em shoppings, já são mais 115 lojas – e esse número continua crescendo.

Com o trabalho focado no cliente, a empresa também investe na excelência de seu centro de controle de qualidade, que dá ao consumidor a certeza de estar adquirindo o melhor produto com o melhor preço.

Para levar com eficiência sua produção a todos os cantos do País, a Marisa conta com uma grande operação: quatro importantes centros de distribuição cobrem todas as regiões do Brasil. Além disso, com metas bastante ambiciosas para oferecer cada vez mais benefícios aos clientes, apresenta vantagens exclusivas e promoções inéditas para o varejo de moda no País e, em apenas sete anos, conseguiu uma base de mais de 11 milhões de clientes para o Cartão Marisa. São mais de 1 milhão de cartões por ano.

## COMUNICAÇÃO

Para a Campanha 2009, a Marisa adotou um formato inovador para seus filmes. Estrelados por Taís Araújo, Giovanna Antonelli e Carolina Dieckmann, os comerciais apresentam um bate-papo espontâneo entre as três jovens atrizes já consideradas ícones da TV brasileira. Elas conversam sobre suas vidas, sobre o que é ser mulher e sobre como a moda participa intensamente da vida da mulher brasileira.

Dessa forma, os comerciais reforçam o slogan da Marisa “De mulher para mulher”, mostrando como a vida das atrizes é parecida com a vida de qualquer pessoa.

Na segunda parte da campanha, as atrizes mantêm o bate-papo apresentando e comentando a coleção, sempre de uma forma despojada, leve e divertida.

## VALORES DA MARCA

A evolução da Marisa é um reflexo das conquistas da mulher brasileira. Buscando conhecer como ninguém o seu público, sempre atenta aos anseios das clientes, procura atendê-las através de atitudes concretas de mulher para mulher.

Acreditando na importância do envolvimento e participação de todos na empresa, a Marisa estimula a criatividade e a inovação e, assim, cria condições para ser uma organização cada vez mais humanizada, capacitada e valorizada.

## O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE MARISA

- Bernardo Goldfarb foi o precursor das pontas de estoque e das bancas de exposição que hoje são essenciais no mercado de varejo.
- Quando o fundador da Marisa abriu a primeira loja de moda feminina, tinha duas opções: ou comprava mercadorias para reposição ou trocava o nome da loja que havia herdado de um negócio anterior. Preferiu investir em produto e manteve o nome que está até hoje.
- A primeira loja Marisa tinha 21 m<sup>2</sup> de área de vendas; hoje as lojas da rede têm, em média, 1.400 m<sup>2</sup>.
- A Marisa emprega 10.500 colaboradores, sendo que 75% desse quadro é composto por mulheres.
- A empresa orgulha-se de ser a maior rede de moda íntima do País, com a maior variedade e o melhor preço do Brasil. Atualmente, a cada segundo, três peças de moda íntima são vendidas em nossas lojas.



marisa

