

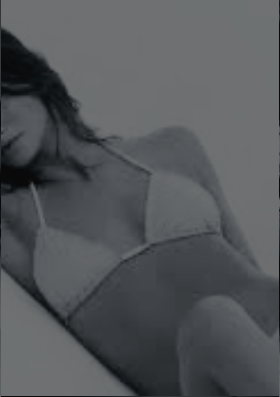
2023 EDIÇÃO Nº 1

Bem-vinda

manual para os seus primeiros dias na loja



VIX PAULAHERRMANN



Índice

I. Bem-vinda	4
Quem Somos	5
Se apaixone com a gente: Elas Usam	6
Timeline	7
Nossas Lojas	9
ViX Pelo Mundo	10
ViX by Paula Hermann	11
Missão, Visão e Valores	13
A voz da Marca	14
Casa ViX	15
II. Time ViX	16
Apresentação Pessoal	17
Comunicação	18
CRM	19
Perguntas Frequentes	20
ViX Club	25
III. Visual Merchandising	26
Responsabilidades da equipe	27
Checklist	28
IV. Produtos ViX	29
Nossas Coleções	30
Etiquetas e Numerações	31
Tabela de Medidas	32
Cuidados essenciais	33
V. Processos	34
Planilha de Totais	34
Análises e Consertos	35
Política de Troca: Lojas Físicas e E-store	36
Departamentos ViX	38



Bem-vinda ao time ViX

Olá,

Hoje você entra para um time de verdadeiras embaixadoras, que fazem chegar na nossa cliente todo o valor criativo presente em cada peça que sai do nosso ateliê.

A gente busca no brilho no olho o preciosismo ao atender de uma forma única, apresentando os lançamentos e reiterando cada diferencial na qualidade dos tecidos, no caimento perfeito, na sofisticação dos nossos detalhes especiais, na versatilidade e atemporalidade dos produtos...

Para que a gente conquiste o “sim” na cabine, uma equação precisa estar em equilíbrio: conceito, técnica e encantamento. Temos a oportunidade de fazer a mulher que entra na nossa loja se sentir ainda mais bonita e autoconfiante com um atendimento assertivo, cuidadoso e customizado. Sinto muito orgulho da delicadeza com a qual nosso time de vendas recebe as pessoas, sempre com um sorriso no rosto. O fator humano, o intangível... É essa a força que faz a ViX prosperar há 20 anos e sou realmente muito grata por você ter escolhido compartilhar essa jornada comigo, nesse sonho coletivo que pauta a história da nossa marca.

Com carinho,

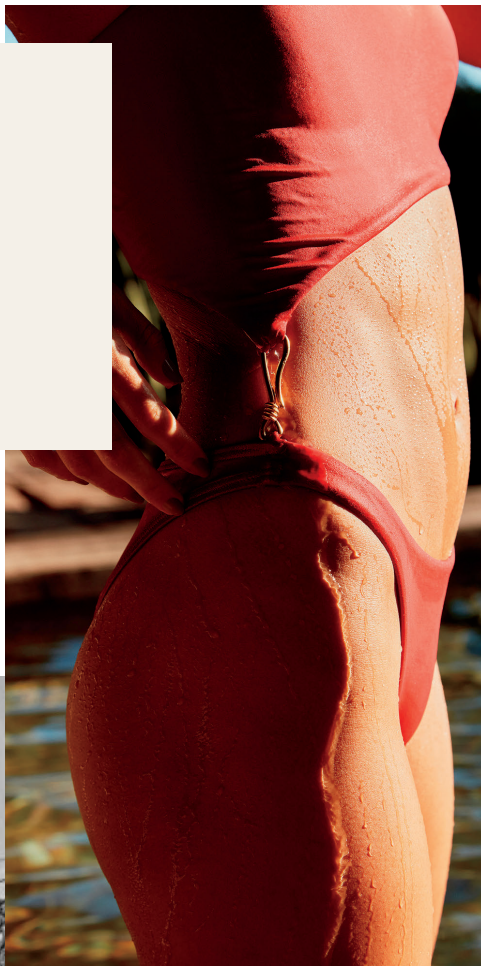
Paula Hermannny



Quem somos

ViX é sinônimo de moda autoral com a leveza da brisa do mar e o respeito ao tempo do feito à mão. A beleza da simplicidade em propostas sofisticadas de traço inconfundível, tão contemporâneas quanto atemporais.

Oferecemos uma sensualidade cool e chic, na medida, pontuada por modelagens de fit perfeito, silhuetas icônicas e detalhes handmade.



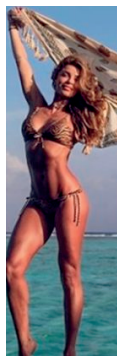
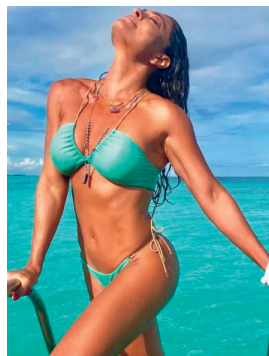
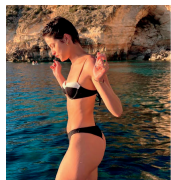
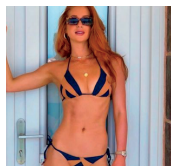
Somos uma marca de lifestyle, fiel a uma estética resort, que sabe que todo mundo é feliz na praia, como diz Paula Hermann. Do biquíni ao vestido mais especial, a espontaneidade do ar livre carrega o potencial criativo original do Brasil do nosso ateliê para o mundo - com muito orgulho.

Se apaixone com a gente

Elas usam

"A ViX é pensada para as mulheres que viajam para todos os lugares. Pode ser para uma charmosa cidade de praia no Brasil, dias de surfe nas Maldivas ou na Costa Rica, um resort de luxo em St. Barths ou um cruzeiro na Grécia. Adoro imaginar ela indo a algum lugar lindo e incrível. Isso alimenta a minha inspiração para a próxima coleção."

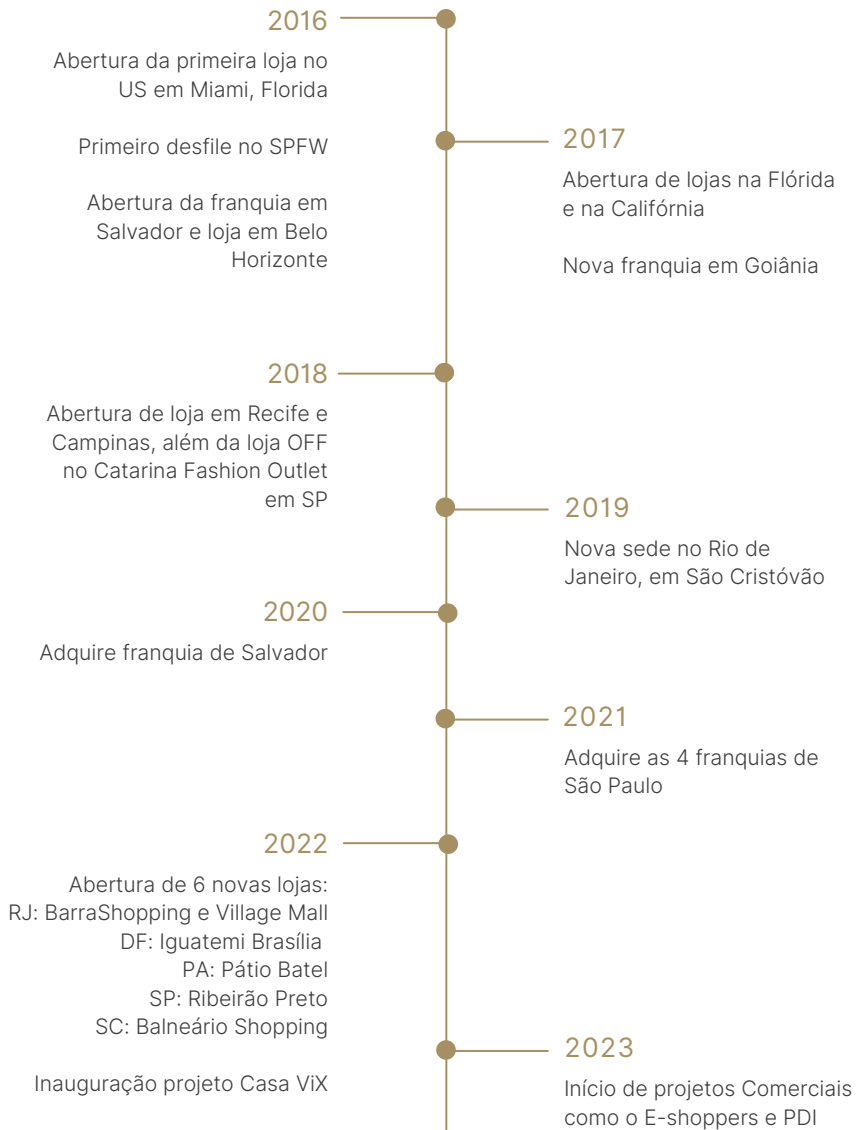
- Paula Hermann



Timeline ViX



Timeline ViX



Nossas lojas

No Brasil, estamos com 19 lojas sendo, 17 delas próprias e 2 Franquias (Goiânia e Vitória)



ViX pelo mundo

A ViX está presente em 800 pontos de venda, incluindo as multimarcas mais importantes do mundo



THE RITZ-CARLTON

EVERYTHING
BUT **water**

NORDSTROM

BERGDORF GOODMAN

Harrods

HARVEY NICHOLS

BARNEYS
NEW YORK

Neiman Marcus

NET-A-PORTER

Saks
Fifth
Avenue

bloomingdales

shopbop

LOJAS ONLINE

netaporter.com
shopbop.com
revolveclothing.com
amazon.com

LOJAS ESPECIALIZADAS

Everything But Water
Diane's Beachwear
Intermix
Bazar

LOJAS DE DEPARTAMENTO

Nordstrom
Bloomingdale's
Saks Fifth Avenue
Neiman Marcus
Barney's
Bergdorf Goodman
Harrods
Harvey Nichols

RESORT

Four Seasons
The Ritz Carlton
The One and Only
Palmilla, Mexico
The Breakers
Palm Beach
Bacara Resort
& Spa
Nikki Beach,
Saint Lopez
Aman Resort
Nannai Resort
Pontas dos
Ganchos

Califórnia:

Fashion Island



Flórida:

Desert Hills



Shops at Merrick Park



Paula Hermann

Há 20 anos, Paula Hermann foi estudar na Califórnia. Ao começar a frequentar as praias percebeu um nicho no mercado e decidiu fazer ela mesma um biquíni que carregasse o melhor do nosso país de um jeito singular. Em modelagens adaptadas para o perfil americano, mas com propostas diferentes de tudo que havia por lá, valorizando com maestria a silhueta feminina, ela incluiu detalhes especiais em couro, tachas, bordados.

“Nossos produtos foram logo notados por publicações como Harper’s Bazaar, Vogue e Sports Illustrated”. Os primeiros best-sellers, a calcinha Ripple e Cheeky - com efeito “empina bumbum”, fizeram a marca reverberar

no cenário internacional. Vestimos de Beyoncé a Kate Middleton, de Gisele Bündchen a Hailey Bieber, e conquistamos espaços importantes em multimarcas do peso de Saks, Harrods, Nordstrom, Bloomingdale’s e Net a Porter.



A verdade é que, antes de tudo isso, o olhar de Paula já estava treinado pela convivência com suas avós, essenciais em sua iniciação no mundo da moda. Juanita, uma espanhola chique por natureza, passava meses na Europa e, ao voltar, dividia com a neta um mundo de ideias inspiradoras.

“Foi ela que me apresentou Chanel, Hermès, Courrèges.... Ela trazia revistas, e a minha outra avó, Izaura, uma costureira extremamente habilidosa, reproduzia aqueles looks pra mim. Desde pequena, em Vitória, minha cidade natal, eu usava mix and match e outras tendências que só via nessas páginas”.

Paula cresceu buscando o exclusivo, o autêntico, o não óbvio. “Na ViX, cada detalhe na criação da peça e sua repercussão no todo são cuidadosamente pensados. O processo no ateliê, no Rio de Janeiro, é bastante apurado, primoroso. Nosso objetivo é entregar o mais bonito possível. Nem sutil demais, nem exagerado. Busco emocionar, fazer a mulher perceber o quanto é especial, através de um trabalho delicado e atento em cada etapa para transmitir sempre o efeito wow do fora do lugar comum”.





Missão

- Valorizar o feminino em cada detalhe.
- Carregar o DNA criativo do Brasil mundo afora, transmitindo a sofisticação do feito à mão.
- Oferecer uma moda autoral que equilibre conceito, técnica e encantamento.
- Manter-se fiel ao fora do lugar comum, ao extraordinário e inspirador.
- Desenvolver toda coleção com o preciosismo das peças únicas: do fit perfeito aos aviamentos com banho de ouro.
- Vestir a mulher o ano inteiro, para diversas ocasiões, mas sempre com a leveza da brisa do mar.
- Criar tudo a partir da premissa de uma estética sexy-chic que estimule a autoconfiança de forma natural e despretensiosa.

Visão

- Ser uma marca global, reconhecida não só pelos seus produtos, mas pelo lifestyle que imprime.
- Diante de tantas modelagens que se tornaram hits e foram replicadas depois, permanecer como trend-setter, atenta à evolução do comportamento feminino.
- Assumir cada vez mais um compromisso com novas matérias-primas e formas de produção mais sustentáveis.
- Crescer sem jamais abrir mão do cuidado com cada detalhe e do respeito ao tempo
- Ênfase nos detalhes feitos à mão

Valores

- Assegurar uma cadeia de produção ética e responsável, garantindo não só a qualidade das peças, mas do tratamento dado às pessoas e processos.
- Acima de tudo, ser inegociável o respeito por quem escolhe a ViX, tanto para vestir quanto para dedicar seu talento e sua jornada.
- Retribuir o crescimento da empresa contribuindo para o desenvolvimento das comunidades nas quais a ViX está inserida.
- Com mulheres ocupando 90% das posições do nosso quadro, o protagonismo feminino está sempre em pauta.
- Estar em constante evolução sobre temas de diversidade, representatividade e sustentabilidade – como uma empresa socialmente responsável.





A Voz de marca

É a personalidade e o tom que uma empresa utiliza em sua comunicação e na maneira como se apresenta ao público. O estilo de linguagem e o uso de palavras e frases específicas representa a identidade da marca e a diferencia de outras no mercado. Ela depende do público-alvo e dos objetivos da empresa. Esta é uma parte extremamente importante do Branding porque ajuda a construir uma conexão emocional entre a marca e seus clientes. Ela deve ser única, consistente e coerente em TODOS os pontos de contato, incluindo as mensagens que o time de vendas troca com as clientes via WhatsApp e Instagram.



Casa ViX

Uma incubadora de novos talentos,
dentro da nossa fábrica, em Petrópolis.



No segundo semestre de 2022 teve início a primeira turma da Casa Vix, um espaço dentro da nossa fábrica de Petrópolis idealizado para capacitar novas profissionais em técnicas de costura, de acordo com o minucioso padrão de qualidade da nossa marca.

Os cursos, sempre gratuitos, têm como objetivo oferecer formação para mulheres que estejam fora do mercado de trabalho e abrir caminhos para conquistar independência financeira, ressignificar jornadas e lapidar autoestimas.

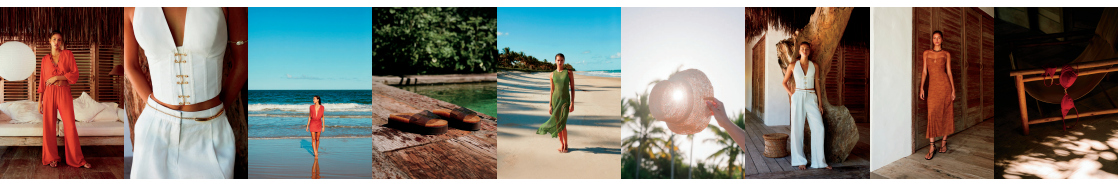
Contribuir para a transformação da nossa comunidade é reverenciar nossas raízes e retribuir essa força criativa que vem do Brasil.



Time ViX

Uma equipe bem preparada garante a excelência, a exclusividade e a diferenciação que os consumidores esperam e valorizam. Como uma marca de luxo, nosso principal objetivo é oferecer produtos e serviços de alta qualidade, sofisticação e prestígio. A equipe é responsável por representar e entregar esses atributos essenciais para o sucesso e a reputação da marca.

- A gerente é responsável por supervisionar e coordenar diversas atividades que contribuem para o sucesso do negócio, a satisfação do cliente e a manutenção da reputação da marca.
- A equipe de vendas exerce um papel crucial na representação e no sucesso da marca. Seu profissionalismo, conhecimento especializado e dedicação durante o atendimento ao cliente são fatores determinantes para a construção de relacionamentos duradouros com os clientes e o fortalecimento da posição da marca no mercado de luxo.
- As caixas e estoquistas são essenciais para uma experiência positiva nas lojas. Uma caixa rápida e ágil possibilita que a equipe de vendedoras se dedique mais às clientes. A estoquista também é fundamental, pois a boa organização do estoque facilita a entrega dos produtos durante as vendas.



Apresentação Pessoal

A apresentação pessoal em marcas premium é extremamente importante, pois essas marcas se destacam pela exclusividade, sofisticação e atendimento personalizado.

A forma como as colaboradoras de uma marca de luxo se apresentam e interagem com os clientes faz toda a diferença na experiência de compra e na percepção da marca.

Maquiagem: é importante para a imagem pessoal dentro do ambiente corporativo. Quando feita adequadamente, ela é capaz de transmitir a autoestima e a autoconfiança da profissional.

Cabelo: está associado a feminilidade e beleza nas mulheres. O cabelo precisa estar sempre limpo e arrumado.

Unhas: uma nail art minimalista é chique, representa um visual clean e valoriza as unhas naturais e bem cuidadas.

Acessórios: transmitem elegância e feminilidade. Escolha um modelo mais sutil e que converse bem com o restante do look.

Uniforme: é um fator importante para a representação da marca. Por isso, deve estar sempre limpo e bem passado. O uniforme ajuda a construir uma imagem consistente e diferenciada, o que é fundamental para o prestígio de uma marca premium.



Comunicação

Pronúncia Correta

Uma pronúncia correta reforça a imagem e identidade da marca, demonstrando cuidado com os detalhes e o compromisso em oferecer uma experiência premium aos clientes.

Por que a pronúncia correta é importante?

Comunicação efetiva:

Uma pronúncia adequada ajuda a garantir que as palavras e frases que você diz sejam compreendidas corretamente pelos clientes.

Exclusividade e sofisticação:

Uma marca de luxo busca transmitir um alto padrão de qualidade. A pronúncia correta das palavras é uma maneira de demonstrar o respeito pela língua, cultura e tradição, agregando valor à marca e fortalecendo sua reputação.

Credibilidade e profissionalismo:

É uma parte essencial da linguagem formal e profissional. Quando você fala com uma pronúncia correta, transmite uma imagem de confiança, habilidade e competência, especialmente em ambientes de trabalho.

Dica de ouro:

O diagrama ilustra um processo em três etapas para melhorar a pronúncia:

- 1. Google Tradutor:** Mostra a interface do Google Tradutor com o campo de entrada contendo a palavra "cheeky".
- 2. Pesquisar a palavra:** Mostra o resultado da pesquisa no Google Tradutor, com a palavra "cheeky" selecionada.
- 3. Escutar o áudio:** Mostra o ícone de áudio (um alto-falante) no Google Tradutor, com uma seta indicando que o usuário deve clicar nele para ouvir a pronúncia.

Lembrando que, embora a pronúncia correta seja importante, é normal cometer erros ao aprender um novo idioma. O importante é estar disposta a aprender e praticar para melhorar sua pronúncia ao longo do tempo.



CRM

Customer Relationship Management

O gasto médio da cliente OMNI é, em geral, 51% maior que a cliente que compra apenas nas lojas físicas.

CRM é a sigla usada para Customer Relationship Management e se refere ao conjunto de práticas, estratégias de negócio e tecnologias focadas no relacionamento com o cliente. Esta gestão vai muito além de uma plataforma ou software: é todo um processo para gerenciar e analisar as interações com os clientes, antecipar desejos e aumentar vendas.

O CRM também é importante para fazer abordagens mais eficientes, já que armazena todo o histórico da cliente.

Por que o CRM é tão importante?

- Para acompanharmos a jornada da cliente: a cliente é OMNI.
- Para monitorar quanto tempo a cliente fica sem comprar. Dessa forma, podemos criar estratégias para estimular uma próxima compra para ela não perder o seu padrão de consumo.
- Para observar quais produtos a cliente compra, e oferecê-la mais peças de potencial interesse. Aqui acontece a principal interação entre CRM ferramenta e CRM vendedora. Esses dados representam mais possibilidades de vendas para as vendedoras e geram um retorno para equipe interna.



CRM

Customer Relationship Management

Perguntas Frequentes

Qual o prazo por lei para darmos retorno a cliente referente a uma análise/conserto?

O prazo é de 30 dias contados a partir da entrega da peça defeituosa no estabelecimento, no caso a loja. No caso dos acessórios, o prazo informado à cliente é de 60 dias.

Com quanto tempo após a data da compra devemos efetuar a troca de imediato de uma peça que apresentou defeito?

O prazo da ViX é um mês a partir da data da compra para a troca imediata do produto que apresentar defeito, porém, avaliando sempre a possibilidade de conserto. Caso a troca seja feita para fins comerciais, informar a qualidade e enviar a peça danificada para fábrica com a boleta e o formulário de controle de envio de peça preenchido por e-mail para devolucaocomercial@vixbrasil.com, relatando o problema.

Somos obrigados a fazer trocas de peças em perfeitas condições?

Mantendo a política de mercado, a troca é uma cortesia para melhorarmos a experiência de compra da cliente e deverá ser feita somente se as peças estiverem etiquetadas, sem indício de uso e dentro do prazo de troca estipulado na etiqueta (15 dias).



CRM

Customer Relationship Management

Perguntas Frequentes

Os descontos são cumulativos?

Não trabalhamos com descontos acumulativos.

Se a peça apresentar um defeito com possibilidade de conserto e a cliente não quiser aceitar o mesmo, a cliente poderá solicitar a devolução do dinheiro ou troca de produto?

Nesse caso, não. Está resguardado por lei o direito de conserto ao fabricante. Em caso muito crítico cabe decisão comercial.

A peça foi consertada e o mesmo problema aconteceu de novo. A cliente poderá solicitar o estorno ou troca do produto?

Sim, é permitido realizar a troca imediata. Caso a opção da cliente seja a restituição do valor, é necessário envolver o financeiro e SAC nas tratativas.

A loja entrou em liquidação no dia seguinte da data da compra da cliente. Somos obrigados a ressarcir o valor da peça que a mesma pagou preço cheio?

Não temos essa obrigação já que as liquidações acontecem em dias específicos e a compra não foi realizada dentro desse período. Para evitar possíveis transtornos, se a equipe de vendas foi avisada de uma liquidação em uma data próxima, a cliente pode ser informada.



CRM

Customer Relationship Management

Perguntas Frequentes

A cliente fez a compra de uma peça com o preço cheio e a mesma entrou em Sale. Por lei somos obrigados a fazer a troca pelo preço que a cliente pagou?

Sim, é preciso acatar o valor que consta na nota fiscal, o valor pago pela peça. Porém podemos ter a nossa própria política no ato da troca. Se a cliente efetuou a compra com o valor cheio, podemos fazer a troca do produto escolhido com o valor cheio. Se a cliente efetuou a compra com o preço de Sale, podemos efetuar a troca com o valor de Sale. Cheio por cheio ou Sale por Sale.

Se a cliente exigir a troca da peça pelo preço que ela pagou e quiser adquirir peças em Sale, por lei, somos obrigados a fazer neste formato? Ou podemos ter a nossa própria política de troca?

Podemos ter a nossa própria política de troca, desde que seja mantido o valor da nota fiscal pago pela cliente.

Se a cliente comprou uma peça e a mesma arrebentou, expondo as partes íntimas, a troca deverá ser feita de imediato, independente do tempo da compra? Ou devemos enviar para análise?

Não é necessário análise da qualidade, a troca é imediata. Porém, precisamos que seja comunicado essa autorização da loja para contabilizarmos.

Enviar e-mail para atendimento@vixbrasil.com



CRM

Customer Relationship Management

Perguntas Frequentes

Se a peça da ViX manchar uma outra peça do acervo pessoal da cliente, somos obrigados por lei a ressarcir o valor de todas as peças que foram danificadas e ainda autorizar a troca da mesma?

Por lei, sim. Mas vamos tratar caso a caso e compartilhar com os departamentos de SAC e qualidade para uma melhor tratativa.

Se a cliente traz uma peça rasgada, alegando tecido frágil e qualidade ruim, somos obrigados a fazer a troca do produto independente do tempo de uso?

Não. Se a peça estiver dentro do prazo de 180 dias, a funcionária deverá avaliar se a troca pode ser feita de imediato ou se deve ser enviada para a fábrica. Em caso de dúvidas pode enviar fotos para o e-mail do setor de qualidade.

Se os acessórios em metal banhados a ouro oxidarem (biju ou detalhes de biquínis/roupas), somos obrigados por lei a darmos garantia?

Por ser uma bijuteria, a peça não tem garantia vitalícia. Os cuidados devem ser apresentados para a cliente no ato da compra, para que a mesma tenha ciência da forma de uso. Se estiver dentro do prazo de 180 dias, troca imediata.

Qual é o prazo limite para a cliente fazer uma reclamação sobre uma peça com defeito?

180 dias a partir da data da compra.



CRM

Customer Relationship Management

Perguntas Frequentes

Peça comprada no site pode ser trocada na loja?

Sim, sendo preciso que a cliente esteja com a NF da compra em mãos na hora da troca. O prazo é o mesmo do site (30 dias). O valor do crédito será o mesmo da NF, mesmo sendo uma peça de Sale.

As peças compradas na liquidação podem ser trocadas?

Sim, dentro do prazo de 15 dias indicado na etiqueta. É imprescindível que a vendedora coloque a data que a peça foi comprada. A mesma tem que estar com a etiqueta e em perfeitas condições.

Qual o prazo para cliente fazer a retirada da peça consertada em loja?

90 dias. É importante que a vendedora entre em contato para lembrar a cliente.

Qual é o prazo para cliente concluir a troca da análise autorizada?

No momento não temos um prazo para as trocas serem efetuadas, mas vale lembrar que a loja se responsabiliza pela peça da cliente até que a mesma efetue a troca. A loja deverá entrar em contato com a cliente para que ela compareça o quanto antes para concluir a troca.

Lembre-se: a satisfação das nossas clientes é nossa prioridade.



ViX Club

Programa de Fidelidade

1. O que é o ViX Club?

Suas compras no site e nas lojas físicas ViX viram pontos que você pode trocar por produtos. São edições limitadas desenvolvidas pela Paula Hermann exclusivamente para nosso programa de relacionamento.



2. Como funciona?

Cada 1 real em compras é convertido em 10 pontos. Você escolhe e resgata seu produto apenas pelo site do ViX Club.

3. Como ser membro?

Ao comprar na ViX, você já está automaticamente acumulando pontos vinculados ao seu CPF. Após cadastrar um login e senha no ViX Club você acompanha seu saldo e resgata seus prêmios.



Visual Merchandising

Desempenha um papel fundamental na apresentação dos produtos e na criação de uma experiência de compra diferenciada e envolvente. A estratégia de Visual Merchandising é transmitir os valores, a identidade e o estilo exclusivo da marca, além de atrair e cativar os clientes, assim despertando o desejo de adquirir os produtos.



Visual Merchandising

Responsabilidades da Equipe

Vitrines: as vitrines são o primeiro contato da cliente com o nosso universo. Por isso é extremamente importante que todos os pontos sejam executados da melhor forma.

Checklist:

- ✓ BUSTO - Altura de 1.70. Deve estar sempre limpo.
- ✓ PASSADORIA – Peças sempre muito bem passadas, sem etiquetas e alarmes.
- ✓ DISPLAY - Placa de preço sempre ao lado direito do busto.
- ✓ ACESSÓRIOS - Devem estar sempre expostos alinhados corretamente.
- ✓ TAMANHO - Usamos tamanho 36 ou 38. É indicado usar presilha caso seja necessário algum ajuste.
- ✓ LIMPEZA - Verificar diariamente o interior, displays, expositores de metal e os vidros
- ✓ ILUMINAÇÃO - Verificar se todas as lâmpadas estão funcionando e focadas no busto



Visual Merchandising

Responsabilidades da Equipe

Interior das Lojas: assim como a vitrine, o interior também precisa atrair a cliente. Para isso a manutenção precisa ser constante.

Checklist:

- ✓ ARARAS - Reposição na mesma hora caso venda o produto da arara.
- PRODUTOS - Expostos limpos e passados nos cabides adequados.
- ✓ DISPLAYS – Limpos e sem danos (caso seja necessário trocar, solicitar a Supervisão).
- ✓ BIJUTEIROS – Limpos e organizados conforme o guia de VM.
- ✓ CUBOS - Sempre expostos com algum acessório em cima.
- ✓ MESAS - Sempre limpas e com produções aprovadas pela VM.
- ✓ LOUNGES - Sempre limpo com os móveis nos lugares certos.
- ✓ TAPETES - Limpos e em bom estado (caso seja necessário trocar, solicite ao ADM).
- ✓ CORTINAS - Limpas, passadas e com a barra feita. Caso precise de limpeza, agende a lavagem em lavanderia local.
- ✓ ILUMINAÇÃO - Verificar diariamente se alguma lâmpada queimou e solicitar a troca imediatamente ao ADM.
- ✓ SONORIZAÇÃO - Verificar se o som está funcionando e manter na altura agradável.
- ✓ AROMA - Ao longo do dia borrifar nos tapetes e cortinas.
- ✓ AR CONDICIONADO - Verificar o funcionamento e manter a temperatura de 21 graus.



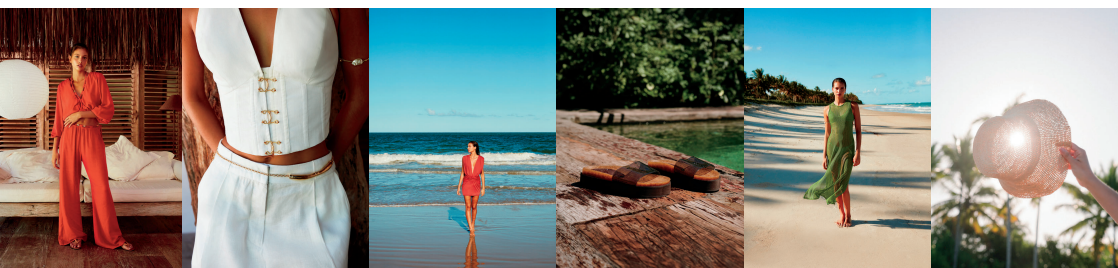
Produtos ViX

Cada peça ViX é feita de forma muito especial.
Acessórios banhados a ouro e peças feitas à mão.

Beachwear de alta qualidade: os produtos ViX são conhecidos por serem feitos à mão, com materiais de alta qualidade e acabamentos bem cuidados. Isso garante uma aparência sofisticada e elegante para quem os veste.

Design sofisticado e elegante: a marca é famosa por seus designs sofisticados, muitas vezes combinando cortes modernos com detalhes delicados. As peças são projetadas para realçar a beleza natural do corpo feminino.

Variedade de estilos: a ViX oferece uma ampla variedade de estilos de beachwear e resort wear, que incluem biquínis, maiôs, saídas de praia, roupas e acessórios banhados a ouro. Isso permite que as clientes encontrem peças adequadas ao seu gosto pessoal e preferências de moda.



Nossas Coleções

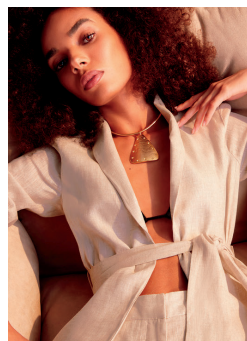
As coleções representam nossa criatividade, exclusividade e inovação. Elas desempenham um papel central na maneira como uma marca de luxo se comunica com as clientes e como é percebida no mercado.



VC24
Cruise 2024



VS23
Summer 2023



VW23
Winter 2023

CRUISE
Verão

Lançamento entre
junho e julho.

SUMMER
Alto Verão

Lançamento entre
outubro e novembro.

WINTER
Inverno

Lançamento entre
março e abril.



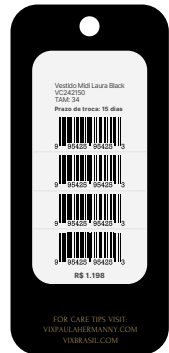
Produtos ViX

Etiquetas e Numerações

Etiquetas:

VC24|1212 - Coleção e Ano | Modelo

1. Descrição da peça
2. Referência
3. Tamanho
4. Prazo de troca
5. Código de barras
6. Valor



Numeração:



Swim
P ao GG



Cover Up
PP ao GG



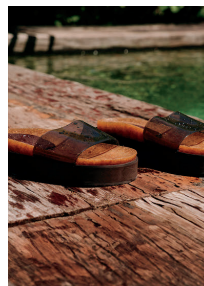
Blusas
PP ao G



Calça | Short | Saia
34 ao 42



Vestidos
34 ao 42



Sapatos
35 ao 39



Tabela de tamanhos

Roupas, biquínis e maiôs

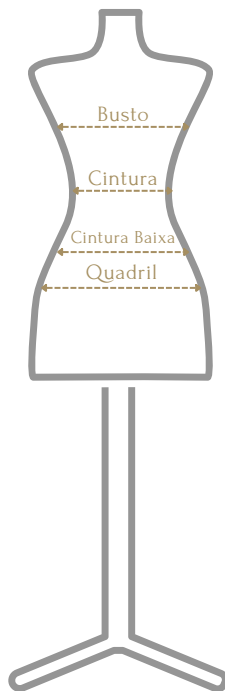
TAMANHO	REFERÊNCIA	BUSTO	CINTURA	QUADRIL
PP	34-36 CM	84 CM	64 CM	94 CM
P	36-38 CM	88 CM	68 CM	98 CM
M	38-40 CM	92 CM	72 CM	102 CM
G	40-42 CM	96 CM	76 CM	106 CM
GG	42-44 CM	100 CM	80 CM	110 CM

BUSTO: contornar o busto passando pela altura do seio. A fita deve estar folgada.

CINTURA: colocar a fita na parte mais fina da cintura.

CINTURA BAIXA: medir na linha do umbigo, aproximadamente 4cm abaixo da linha da cintura

QUADRIL: contornar na parte do quadril com a maior circunferência.



Produtos ViX

Cuidados Essências

Seguir as informações presentes nas etiquetas é uma prática essencial para que a durabilidade da peça seja muito maior. A ViX traz produtos de excelência para o mercado, e temos que mostrar para a cliente a importância de cuidar corretamente de cada produto.



Não lavar a seco



Sem agentes alcalinos



Lavagem à mão



Lavar com sabão tipo neutro



Não deixar de molho



Não guardar molhado | úmido



Secar à sombra



Não passar



Não torcer

Swim: em cada crystal bag (embalagem que deve ser entregue à cliente junto com as peças) há todos os cuidados que devem ser tomados.

Dicas de ouro

Mostre que na Crystal Bag há os cuidados essenciais.

Lavar o biquíni no chuveiro com sabonete neutro e água corrente é a melhor opção.

Peças bordadas devem ser apenas lavadas à mão.

O sabão de coco é corrosivo para a lycra

Não é indicado guardar o biquíni molhado! Os acessórios podem oxidar.



Processos

Fechamento diário - Planilha de Totais

1. Todo final do dia, deve ser preenchida a planilha de totais com:

- Valor vendido no dia;
- Quantidade de peças;
- Quantidade de atendimentos.

Dia	Dia da Semana	Meta Dia	Total	Peças
1	Quinta-feira	15.300	10.000	15
2	Sexta-feira	13.600		

Acum. Valor	PMV	Atend. Dia	Ticket Médio Dia	P.A. Dia
10.000	R\$ 666,67	10	R\$ 1.000,00	1,50
10.000	R\$ 0,00		R\$ 0,00	0

2. Após esse preenchimento, a planilha deve ser enviada em anexo por e-mail para os seguintes setores:

- Controle Financeiro: controle.financeiro@vixbrasil.com;
- Comercial Varejo: comercial.varejo@vixbrasil.com;
- Gerente Loja: para a gerente da sua loja.

Obs.: o corpo do e-mail deve conter as seguintes informações:

- Meta dia
- Venda do dia



Processos

Análises e Consertos

As análises e consertos fazem parte do dia a dia na loja. É muito importante que esses procedimentos sejam conduzidos da maneira correta.

Análises: quando a análise chega na loja, a marca tem o prazo de até 30 dias para dar o retorno para a cliente. Esse prazo é obrigatório por lei, por isso a análise deve ser enviada para a fábrica assim que é recebida na loja. Em caso de acessórios como bolsas, sapatos e colares, o prazo a ser considerado é de 60 dias.

Consertos: cada loja tem um ateliê para que sejam feitos ajustes simples, como uma bainha ou um ajuste nas alças. É importante frisar que não modificamos o modelo da peça!

Ex.: Um vestido midi para um vestido curto: esse tipo de ajuste não pode ser feito.

Análise ou conserto de acessórios: quando o conserto ou análise é referente ao acessório de uma peça, esse produto deve ser direcionado para a fábrica para que seja substituído por um novo.

Troca imediata: se aplica aos casos de peças em que a cliente fique exposta e tenha como consequência "ofensa à honra" da mesma, independentemente do tempo de uso.

O prazo para aceitação de análises é de até 180 dias (6 meses) da compra.



Política de troca

Lojas Físicas

A ViX sempre procura manter um bom relacionamento com suas clientes e queremos que a experiência seja especial. Para isso, criamos uma política que atende às necessidades das clientes e respeita a legislação vigente (como a Lei Federal nº 8.078, de 1990, que deu origem ao Código de Defesa do Consumidor).

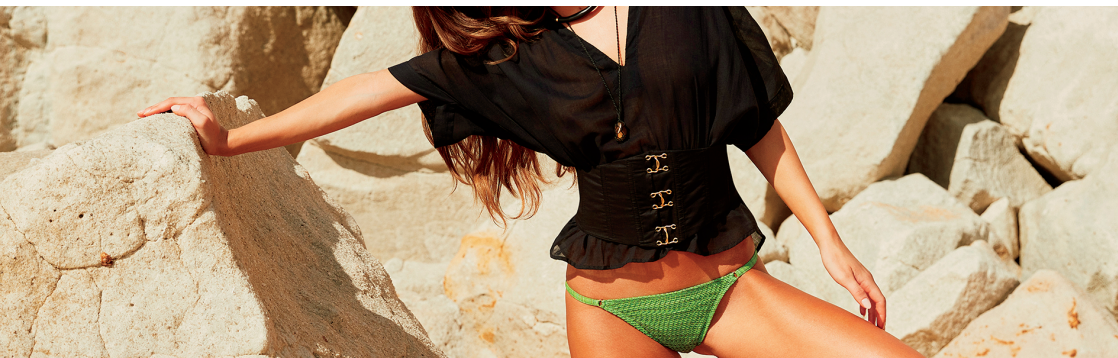
1. O prazo para efetuar a troca é de 30 dias corridos após realizada a compra;
2. É necessário a apresentação do Cupom Fiscal da compra para que a troca seja realizada;
3. Os produtos deverão estar com etiquetas e lacres íntegros e sem indícios de uso. Caso os produtos acompanhem acessórios, estes também deverão ser devolvidos;
4. Não aceitaremos a troca de produtos que tenham sido usados ou danificados;
5. A troca pode ser realizada em todas as lojas próprias (exceto nas lojas Outlet Catarina, Shopping Flamboyant Goiânia e Vitória), tanto peças da categoria Sale quanto da coleção vigente, seguindo os 4 tópicos da política acima.



Política de troca

E-Store

1. Produtos adquiridos na e-store podem ser trocados em lojas físicas (exceto nas lojas Outlet Catarina, Shopping Flamboyant Goiânia e Vitória). O prazo para efetuar a troca é de 15 dias corridos após realizada a compra.
2. Produtos adquiridos na e-store não podem ser devolvidos em lojas físicas, apenas trocados.
3. A forma de restituição do valor fica à escolha do cliente, podendo ser em um vale-compras para uma nova compra na loja online ou estorno na mesma forma de pagamento da compra.
4. Não é feita a troca de produtos que tenham sido usados ou danificados.
5. Após feita a solicitação, é disponibilizado um código de autorização de postagem, com prazo de 07 dias corridos, para que a cliente possa ir até uma agência dos Correios e enviar sua devolução, livre de custos e dentro do prazo indicado.
6. Produtos da categoria SALE adquiridos na e-store poderão ser devolvidos seguindo os procedimentos da política de devolução.



Departamentos

Responsabilidades de cada setor ViX

Os setores dentro de uma empresa desempenham papéis cruciais para o funcionamento eficiente e bem-sucedido do negócio como um todo. Cada setor possui funções específicas e complementares, trabalhando em conjunto para atingir os objetivos da empresa.

Departamento Pessoal (DP)

- Contratação e Documentação
- Ponto Mais
- Férias e Afastamentos
- Relações Trabalhistas
- Movimentação Funcional
- Folha de Pagamento
- Administração de Benefícios
- Desligamentos

Recursos Humanos (RH)

- Comunicados
- Contratações
- Integração de Novas Colaboradoras
- Desligamentos
- Treinamento inicial
- Formulários
- Endomarketing

Administrativo (ADM)/ Almoxarifado

- Obra de Lojas
- Manutenções
- Contratos
- Pedido de Materiais (deve ser enviado para a requisição de materiais com a planilha em anexo).



Departamentos

Responsabilidades de cada setor ViX

Financeiro

- Pagamentos de Serviços
- Reembolsos
- Ajustes de Vendas
- Boleto de Aluguel Shopping
- Links para pagamentos
- Maquininhas de Pagamento

Controle Financeiro

- Relatório de Vendas (Planilha de Totais)
- Envio das Vendas Online
- Comissões (Valor de Venda)
- Quadro de Vendedoras (deve ser enviado pela loja no final do mês)
- Fechamento Mensal (deve ser enviado pela loja no final do mês)

Contabilidade

- Notas Fiscais (NFs)
- Controle de Estoque
- Códigos para envio de itens
- Inventários



Departamentos

Responsabilidades de cada setor ViX

Expedição | Logística

- Envio e recebimento de produtos
- Envio pedidos E-commerce
- Envio e Recebimento de Itens Lojas
- Devoluções, análises e consertos de lojas

Planejamento

- Distribuição de produto
- Remanejamento
- Recolhimento de coleção
- Reposição

Qualidade

- Avaliação das Análises de Produtos
- Consertos de Produtos



Departamentos

Responsabilidades de cada setor ViX

Marketing (MKT)

- Fotos de campanhas
- Permutas
- Influencers
- Vídeo de treinamento
- Guia de moda
- Informativo de vendas

Trade

- Organização de eventos
- Enxovais de lojas
- Contato com os shoppings

E-commerce

- Código de vendedora
- Carrinho compartilhado
- Ativação e desativação código de vendedora
- Textos E-comm
- OMNI
- Vendas Vitrine



Departamentos

Responsabilidades de cada setor ViX

CRM / SAC

- PDF semanal
- E-mail Mkt
- Club ViX
- Agenda Sellbie
- Comunicação com a cliente
- Tratativas de devolução E-store
- Ajuste de pedidos
- Reembolsos E-store
- Prazo de entrega do pedido

Tecnologia da Informação (T.I.)

- Sistema LINX
- Ajustes no sistema
- Implementação de novas ferramentas
- Ajustes de Vendas
- Integrações (sistemas)
- Intranet
- Inclusão de novas vendedoras no LINX

Comercial

- Acompanhamento de Vendas
- Treinamento de equipes
- Ações comerciais
- Crescimento
- Processos de lojas
- Controle de NFs
- Administração de produtos
- Uniformes





Boas vendas



Vix PAULAHERRMANN