



3

Wrap-up das empresas



MISSÃO
ORLANDO
COM SURAMA JURDI

26 DE ABRIL
A 04 DE MAIO
2025

surama jurdi
BE THE TRANSFORMATION

Apple

INOVAÇÃO TAMBÉM É ATENDER COM EXCELÊNCIA E DIFERENCIAÇÃO

A Apple é quem dita as tendências no mercado tecnológico já faz alguns anos. Mas, muito além de entregar aparelhos de última geração, a marca é famosa também por revolucionar a forma de atender os clientes e prestar serviços em suas lojas.

Quem entra em uma Apple, dificilmente esquece a experiência que viveu ali e é por isso que a marca de smartphones com maior índice de fidelidade dos clientes no mundo todo. Porque, além de um produto excelente, a experiência em todos os pontos de contato com a marca também é pautada na excelência.

A sede da empresa é no Vale do Silício e o foco da marca tem sido, cada dia mais, tornar o processo de comprar um produto Apple muito mais especial. Entretanto, você nota um padrão de experiência inesquecível em todas as lojas Apple no mundo todo.

Os aparelhos estão sempre ligados e prontos para serem testados pelos clientes, além de colaboradores simpáticos, dispostos a ajudar, muito bem treinados e engajados com a cultura e o jeito Apple de promover experiências.



Apple

EXPERIÊNCIA E INOVAÇÃO QUE ENCANTAM

A Apple não abre mão de lançar com uma frequência quase impossível de acompanhar novos e inovadores produtos.

E cada um desses lançamentos e eventos de pré-venda de novos aparelhos da marca, uma fila gigantesca é formada na porta das lojas, por fãs da Apple que querem ser os primeiros a ostentar a novidade.

A APPLE NÃO PARA DE CRESCER E ENCANTAR

- Criou o Today at Apple para ensinar os clientes a usarem seus produtos;
- Possui mais 500 lojas espalhadas pelo mundo;
- Mais de 160 mil colaboradores no mundo todo.

Pontos de destaque

- Inovação constante;
- Atendimento excelente;
- Investimento em pesquisa e tecnologia;
- Foco na experiência;
- Engajamento da equipe;
- Processos internos.

Localização



Redes Sociais



Mall at Millenia

UM ÍCONE DE SOFISTICAÇÃO EM ORLANDO

O Mall at Millenia é um destino que combina sofisticação, moda e experiências premium em Orlando, Flórida. Inaugurado em 2002, o shopping se destaca pela sua arquitetura moderna, ambiente elegante e uma seleção de marcas renomadas mundialmente.

Com mais de 150 lojas, que incluem grifes de luxo como Louis Vuitton, Gucci e Chanel, o Mall at Millenia é referência para turistas e moradores que buscam o melhor em compras, gastronomia e entretenimento.

Para adquirir itens exclusivos ou para viver momentos inesquecíveis em restaurantes premiados, o Mall at Millenia se consolidou como uma parada obrigatória em Orlando.

THE MALL AT MILLENIA



Mall at Millenia

OS NÚMEROS IMPRESSIONANTES DO MALL AT MILLENIA

- Mais de 150 lojas exclusivas e de luxo.
- 40 milhões de visitantes anuais.
- Reconhecido entre os 10 melhores destinos de compras nos EUA.

Pontos de destaque

- Portfólio de grifes;
- Gastronomia premium;
- Design arquitetônico;
- Eventos exclusivos;
- Atendimento personalizado.

Localização



Redes Sociais



Whole Foods

UM MARCO EM ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL E SUSTENTÁVEL

A Whole Foods é uma das principais referências mundiais em alimentos naturais e orgânicos. Fundada em 1980, em Austin, Texas, a marca transformou a maneira como o mundo enxerga a alimentação saudável, estabelecendo o padrão de qualidade para produtos frescos e sustentáveis.

Com mais de 500 lojas ao redor do mundo, a Whole Foods oferece uma experiência de compra completa, em que os consumidores podem encontrar produtos de altíssima qualidade, que respeitam tanto a saúde humana quanto o meio ambiente.

Além disso, a marca se destaca pelo compromisso com práticas éticas e sustentáveis em toda a sua cadeia de fornecimento.



Whole Foods

OS NÚMEROS IMPRESSIONANTES DO WHOLE FOODS MARKET

- +500 lojas em países como EUA, Canadá e Reino Unido;
- 40 anos promovendo alimentação saudável;
- Mais de US\$ 16 bilhões em receita anual.

Pontos de destaque

- Produtos orgânicos e naturais;
- Sustentabilidade;
- Inovação no varejo;
- Foco no cliente;
- Gastronomia no local.

Localização



Redes Sociais



The Home Depot

A EVOLUÇÃO DA MAIOR LÍDER DO SETOR DE MOBILIÁRIOS E ARTIGOS PARA CONSTRUÇÃO CIVIL

A evolução da Home Depot mostra que os negócios precisam estar em constante inovação e buscando novas ideias para revolucionar seus segmentos e sair à frente na conquista pela preferência dos clientes.

A Home Depot nasceu como uma loja de ferragens e com o propósito de transformar o varejo nos EUA, através das mãos e ideias dos co-fundadores Bernie Marcus e Arthur Blank, que entenderam que, para se diferenciarem, precisariam fazer mudanças drásticas no mercado, oferecendo produtos com maior qualidade e atendimento excelente.

E, assim, foi fundada a Home Depot, em 1978, a maior rede de lojas do setor mobiliário e da construção civil.



THE HOME DEPOT

SUPER HEROES
WORK HERE!

NOW HIRING
Visit careers.homedepot.com

The Home Depot

EXCELÊNCIA COMPROVADA EM NÚMEROS QUE IMPRESSIONAM

- São 2.290 lojas espalhadas pelos Estados Unidos, Canadá e México;
- São mais 355 mil colaboradores que integram a equipe Home Depot;
- Uma das 100 maiores varejistas dos Estados Unidos.

Pontos de destaque

- Atendimento excelente;
- Produtos de alta qualidade;
- Foco na experiência do cliente;
- Variedade nos produtos oferecidos;
- Líderes com atitude.

Localização



Redes Sociais



Bass Pro Shops

A MAIOR LOJA DE PESCA DO MUNDO ENCANTA O CLIENTE COM EXCELÊNCIA NOS SERVIÇOS

Johnny Morris, em 1971, criou a primeira Bass Pro Shops, que hoje é a maior loja especializada em artigos para pesca, caça e camping, com mais de 170 lojas e uma evolução incrível em pouco mais de 50 anos de história.

A Bass Pro Shops começou nos fundos de uma loja de bebidas alcoólicas, com apenas 8m² e um sonho: transformar a experiência do cliente apaixonado pelo mundo da pesca. Quando nasceu, quase não existiam concorrentes, mas isso não foi o bastante para que Johnny Morris se sentisse confortável.

Por isso, no DNA da marca mora o propósito de proporcionar experiências inesquecíveis para seus clientes. Hoje, a rede possui filiais distribuídas por todos Estados Unidos e Canadá e atende mais de 120 milhões de pessoas por ano.



Bass Pro Shops

O CLIENTE É A ESTRELA PRINCIPAL

A Bass Pro Shops poderia apenas fornecer seus artigos de altíssima qualidade para os clientes e ok. Mas seu propósito vai ainda além. A marca tem o desejo de inspirar as pessoas a desfrutarem de experiências transformadoras ao ar livre.

Em uma era em que as pessoas passam a maior parte do tempo em casa ou no trabalho e com o foco nas telas, a marca traz um posicionamento totalmente contrário e forte. O foco é o autosserviço em suas lojas e o cliente é livre para explorar cada canto e encontrar o que deseja com conforto.

Há colaboradoras à disposição dos clientes, em caso de dúvidas, e treinamentos são realizados com frequência para aumentar o engajamento da equipe. Além disso, a Bass Pro Shops realiza eventos dentro e fora de suas lojas para atrair mais clientes apaixonados pela marca e ensiná-los a viver experiências únicas com seus produtos.

Pontos de destaque

- Megalojas;
- Experiência do cliente;
- Qualidade, variedade e organização dos produtos;
- Investimento em experiências para toda comunidade;
- Posicionamento forte e único.

Localização



Redes Sociais



Tesla Used Car Center

REFERÊNCIA EM RECONDICIONAMENTO E INOVAÇÃO AUTOMOTIVA

Quando falamos em Tesla, falamos de tecnologia, sustentabilidade e excelência operacional. Mas poucos conhecem de perto o trabalho minucioso feito nos bastidores da marca para garantir a performance e o padrão dos veículos seminovos comercializados.

Localizado em Kissimmee, Flórida, o Tesla Used Car Center é a primeira instalação dedicada exclusivamente à recondicionamento e revenda de veículos Tesla usados nos Estados Unidos. Uma verdadeira central de operações para dar nova vida a modelos com até 6 anos de uso ou 78 mil milhas — que passam por um processo rigoroso de inspeção, atualização e preparação antes de serem disponibilizados ao mercado.

Este é um estudo de caso real sobre consistência de marca, eficiência operacional e gestão de qualidade.



TESLA MISSION

Accelerate the world's transition to **sustainable energy**

Tesla Used Car Center

POR QUE VISITAR O TESLA USED CAR CENTER?

- Qualidade e consistência são entregues mesmo no pós-venda.
- Experiência do cliente começa antes mesmo da recompra.
- Até mesmo o recondicionamento é pensado com foco em inovação e sustentabilidade.
- Entender o que está por trás da Tesla é entender como escalar com excelência.

NÚMEROS QUE IMPRESSIONAM

- Mais de 24.000 unidades distribuídas globalmente
- Uma das 10 marcas automotivas mais valiosas do mundo
- Mais de US\$ 24 bilhões em receita só em 2022

Localização



Redes Sociais

