



**GREGORY**

*Moda Feminina*



## A GREGORY

A História da Gregory começou no ano de 1981, quando foi instalada em uma sobreloja da Rua João Cachoeira, em São Paulo, a primeira unidade da marca. Desde o início, Áurea Duca teve uma intuição certa, de que uma mulher que ingressava em uma vida de trabalho seria a grande agente do mercado de consumo. Sendo capaz de gerar sua própria renda, essa mulher teria independência econômica garantida para comprar o que desejasse. Identificada essa tendência, a pequena loja prosperou rapidamente. Observando o potencial do negócio, Áurea convidou os irmãos Antônio e Delmira para participarem da sociedade. Desde o primeiro momento, os sócios tinham a certeza de que só se construiria uma grande marca no mercado de moda feminina oferecendo produtos de qualidade com uma ótima relação custo/benefício. Essa certeza, que sempre esteve presente no trabalho da Gregory, permitiu que a marca se identificasse imediatamente com as consumidoras, tornando-se nacionalmente reconhecida e desejada. Outro motivo que faz a Gregory alcançar o sucesso a cada estação é a sua capacidade de expor nas vitrines, em curto espaço de tempo, a moda recém lançada nas passarelas internacionais, trazendo para suas consumidoras as principais tendências de Nova York, Londres, Paris e Milão. Tanta dedicação e respeito às consumidoras, aliados ao talento e a habilidade dos dirigentes criaram as condições para que a Gregory expandisse seus horizontes. Hoje, possuímos lojas nas principais cidades brasileiras, o que reflete o resultado perfeito desse crescimento sem limites, que ainda pode ir muito mais longe.





## MISSÃO

Criar experiências únicas e memoráveis de consumo

## VISÃO

Estar entre as mais admiradas e desejadas marcas femininas

## VALORES

- Pensamos como dono, pegamos a bolsa e vamos a luta
- Dedicação e respeito às consumidoras
- Produtos com ótima relação custo x benefício
- Conhecemos o nosso negócio
- Sabemos onde queremos chegar, planejamos e alcançamos sucesso
- Somos apaixonadas pelo que fazemos
- Somos obstinadas por resultado

## PERFIL DE CONSUMIDOR



*Mulheres, atuantes no mercado de trabalho com independência financeira para consumir o que deseja.*

**95%** São mulheres    **72%** São economicamente ativas    **70%** Classe B

**78%** São mães    **80%** Possuem curso superior    **30%** Classe A

## LOJAS

Atualmente a marca possui 64 lojas, distribuídas estrategicamente por todo o território nacional.

**56****56 LOJAS**

56 lojas nos melhores shoppings do Brasil com fluxo de pessoas de 1M / mês

**01****01** Outlet em São Paulo**31****31 LOJAS PRÓPRIAS****25****25 FRANQUIAS**

## BACK OFFICE

Estamos preparados e estruturados para atender a todas as demandas do varejo moderno.

**M****MATRIZ**

São mais de 1000 metros quadrados localizados no coração de São Paulo

**C****COLABORADORES**

Possuímos mais de 800 colaboradores diretos e indiretos envolvidos na operação da marca, da criação passando pelo planejamento e logística

**T****TREINAMENTO**

Nosso colaboradores são treinados e capacitados a dar todo e qualquer suporte a nossas lojas

# LOJAS

Nossas lojas possuem projeto arquitetônico personalizado, atendendo todas as necessidades do nosso público.

**VM**

## VISUAL E MERCHADISING

Equipe capacitada e treinada matém as lojas organizadas e arrumadas para receber nossos clientes. Todo o mix de produtos é exposto de acordo como foi pensado pela nossa equipe de desenvolvimento

**C**

## COMUNICAÇÃO

Através do departamento de marketing todas as lojas são abastecidas com peças de comunicação a cada coleção e calendário comercial.

## MARKETING

A marca possui um departamento de marketing responsável comunicação direta em todos os pontos de contato com o consumidor.

## PRINCIPAIS PONTOS DE CONTATO

### LOJAS

**01** 53 lojas nos melhores shoppings do Brasil com fluxo de pessoas de 1M / mês  
pessoas de 1M / mês  
30 próprias e 23 franquias

**02** **REVISTA GREGORY**  
Revista trimestral digital ou impressa

**03** **MÍDIA ON E OFFLINE**  
Projetos segmentados de acordo com a necessidade de cada loja

**04** **REDES SOCIAIS**  
Presença nas principais redes sociais

## REDES SOCIAIS

A Gregory está presente de maneira ativa e consistente nas principais redes sociais,



@MUNDOGREGORY

**70K**

Número de seguidores no  
facebook



@LOJASGREGOY

**152.8K**

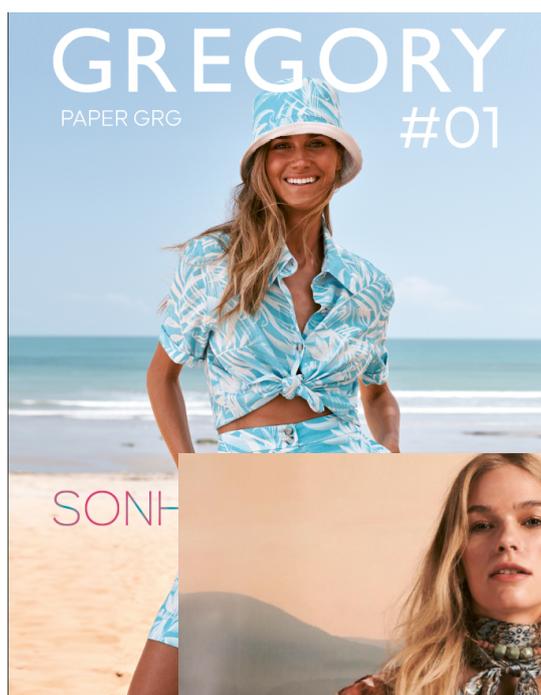
Número de seguidores no  
Instagram

## REVISTA GREGORY

A revista Gregory nasceu do desejo de levar até nossas consumidoras muito mais do que produtos. Dicas de moda, viagens, gastronomia, beleza dentre tantos outros conteúdos, são a cada edição, minuciosamente estudados e escolhidos.

*"Pessoas se apaixonam por histórias. Por isso nossa ideia sempre foi querer compartilhar nossas experiências com nossas consumidoras. Fazer parte de alguma maneira do dia-a-dia delas..."*

Andrea Duca - Diretora Criativa



### OS NÚMEROS

# 100K

Exemplares produzidos na versão impressa

# 300K

Mais de 500 mil leitores a cada edição

# 1M

1 milhão de acessos na versão digital

# 51<sup>a</sup>

Estamos na quinquagésima primeira edição

# FRANQUIAS

A Gregory trabalha com franquias que contribuem para seu estabelecimento em mercados de alto potencial de consumo.

Uma franquia Gregory já inaugura contando com a força de sua marca, o que permite o retorno do capital de maneira mais rápida. O Plano de Franquia inclui treinamento de gestão de vendas, visual merchandising (projeto arquitetônico, arrumação de vitrine e interior de loja), propagandas em mídia nacional, material de apoio (sinalização de vitrines, cartazes, displays temáticos) e assessoria de imprensa nacional. Ao combinar o básico e a moda, a loja atrai uma grande legião de clientes que buscam o estilo contemporâneo, com roupas para o dia e para a noite, bem ao gosto das mulheres que querem expressar sua independência sem perder a feminilidade. São blazers, calças, saias, blusas, vestidos, sapatos, bolsas e acessórios que compõem a variedade de uma loja-padrão Gregory. Aproximadamente metade do sortimento é formada pela linha básica e a outra metade é composta por peças de moda.

Segundo Áurea Duca, fundadora da empresa, a marca conquistou respeito de um público com alto poder de compra pela qualidade dos produtos, pelo acerto das coleções e pelos grandes investimentos de propaganda feito ao longo dos anos. Já para a Diretora de Marketing Andrea Duca, outro fator de sucesso é o fato da marca possuir uma equipe de criação própria, capaz de detectar as tendências da moda e colocar com rapidez à venda peças que sejam objeto de desejo das clientes em mini coleções que são recebidas semanalmente nas lojas.



## PERFIL DO FRAQUEADO

- Ter identificação com os produtos Gregory
- Ter perfil da consumidora Gregory
- Residir na cidade e ter participação na sociedade local
- Dedicção diária
- Ter capital suficiente para investir no negócio
- Visão e resultados

## INVESTIMENTO

- Valor do investimento inicial a partir de R\$621.000,00\*  
(\*Excluindo valor do ponto comercial e capital de giro)
- Metragem mínima de 80m<sup>2</sup> com mínimo de 8m de vitrine
- Preferência para Shoppings Centers consolidados ou ruas comerciais qualificadas
- Taxa de franquia R\$36.000,00
- Estoque inicial R\$ 150.000,00 a R\$200.000,00
- Projeto R\$15.000,00

# QUEREMOS VOCÊ COM A GENTE

*Faça parte do nosso universo!  
Queremos você junto com a  
gente para compartilhar  
ainda mais histórias,  
experiência e sensações com  
nosso público*

