

DIAGNOSTICO DE POSICIONAMENTO

# REKIM ATACADO LTDA

WEBSITE | <https://www.instagram.com/userekim/>

13<sub>/20</sub>

Media

# SCORE OVERVIEW

Diferenciacao e Posicionamento



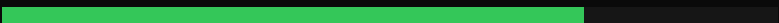
3/4

Clareza da Proposta



3/4

Linguagem e Conexao



3/4

Credibilidade e Confianca



2/4

Jornada e CTA



2/4

13

/20

Media

# CRITERIO 1: DIFERENCIACAO E POSICIONAMENTO

A REKIM possui posicionamento claro como marca de moda funcional e atemporal para mulheres reais, com proposta de 'infinitas possibilidades de combinações'. A fundadora Rebeca Kim traz credibilidade com 27+ anos de experiência. Porém, o posicionamento ainda se mistura com concorrentes diretos do Bom Retiro que usam discursos similares.

3

/4

## EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Vista-se de possibilidades, Moda funcional, versátil e atemporal, Feita para acompanhar mulheres reais em todas as ocasiões do dia a dia

### OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Desenvolver um posicionamento mais distintivo que destaque exclusivamente a REKIM frente a Innocence Fashion, Talita Kume e outras. Criar uma categoria própria ou benefício exclusivo não replicável.

## CRITERIO 2: CLAREZA DA PROPOSTA

A proposta é compreensível em poucos segundos: atacado de moda feminina com compra mínima de 12 peças para revendedores com CNPJ. O site estrutura bem categorias e linhas. Contudo, a comunicação B2B/B2C gera leve confusão - o Instagram @userekim tem tom mais lifestyle enquanto @rekimatacado é institucional.

3

/4

### EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Somente atacado - Compra mínima: 12 peças, CNPJ ramo de vestuário necessário, Seja um Revendedor Oficial REKIM

#### OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Unificar a narrativa entre perfis e deixar explícito nos primeiros 5 segundos do site que é EXCLUSIVAMENTE B2B, eliminando ambiguidade para consumidor final.

## CRITERIO 3: LINGUAGEM E CONEXAO

A marca usa linguagem emocional com 'Vista-se de possibilidades' e 'Cada peça conta uma história'. Há conexão com a mulher contemporânea que busca estilo sem complicação. Nomes sofisticados das peças (Elin Classic, Maglie Capri, Amalfi Kamala) agregam aspiracionalidade. Falta aprofundar storytelling mais visceral.

3  
/4

### EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Vista-se de possibilidades, Cada peça conta uma história – e queremos que a próxima seja a sua, Moda em movimento

#### OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Criar narrativas de transformação mais profundas com depoimentos reais de revendedoras e suas jornadas de sucesso. Humanizar a marca com casos concretos de impacto financeiro e de autoestima.

## CRITERIO 4: CREDIBILIDADE E CONFIANCA

A REKIM tem elementos de credibilidade: CNPJ visível, endereço físico no Bom Retiro, fundadora com 27 anos de experiência, 3.1K seguidores no Instagram. Porém, há ausência de prova social robusta como depoimentos verificados, números de revendedores ativos, cases de sucesso quantificados ou selos de segurança/reputação.

### EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Rekim Atacado LTDA - CNPJ: 41.916.863/0001-90, 3.1K+ seguidores no @rekimatacado, Rebeca Kim – profissional da moda há mais de 27 anos

2

/4

### OPORTUNIDADE DE SALTO (2 → 3)

Adicionar seção de prova social com: número de revendedores oficiais ativos, depoimentos em vídeo com nomes e lojas, cases de faturamento, selos de segurança de pagamento, e parcerias com associações do setor.

## CRITERIO 5: JORNADA E CTA

CTAs presentes ('Seja um Revendedor Oficial', 'Criar Conta', 'Entrar') mas a jornada tem atritos. A exigência de CNPJ e compra mínima de 12 peças pode não estar clara no topo da jornada. O feed do Instagram apresentou erro de token expirado, indicando possível negligência com integração de canais.

2

/4

### EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

SEJA UM REVENDEDOR OFICIAL REKIM, Criar Conta, Receba novidades e promoções por e-mail

#### OPORTUNIDADE DE SALTO (2 → 3)

Mapear jornada completa do revendedor iniciante com onboarding guiado: 1) Pré-cadastro com validação instantânea de CNPJ, 2) Catálogo digital interativo, 3) Simulador de margem por peça, 4) WhatsApp dedicado para primeiros pedidos.

# ONDE PODEMOS ESCALAR

0 salto de 3 para 4 em cada critério

**Diferenciação e Posicionamento:** Desenvolver um posicionamento mais distintivo que destaque exclusivamente a REKIM frente a Innocence Fashion, Talita Kume e outras. Criar uma categoria própria ou benefício exclusivo não replicável.

**Clareza da Proposta:** Unificar a narrativa entre perfis e deixar explícito nos primeiros 5 segundos do site que é EXCLUSIVAMENTE B2B, eliminando ambiguidade para consumidor final.

**Linguagem e Conexão:** Criar narrativas de transformação mais profundas com depoimentos reais de revendedoras e suas jornadas de sucesso. Humanizar a marca com casos concretos de impacto financeiro e de autoestima.

**Credibilidade e Confiança:** Adicionar seção de prova social com: número de revendedores oficiais ativos, depoimentos em vídeo com nomes e lojas, cases de faturamento, selos de segurança de pagamento, e parcerias com associações do setor.

**Jornada e CTA:** Mapear jornada completa do revendedor iniciante com onboarding guiado: 1) Pré-cadastro com validação instantânea de CNPJ, 2) Catálogo digital interativo, 3) Simulador de margem por peça, 4) WhatsApp dedicado para primeiros pedidos.



## TOP 3 ACOES PRIORIZADAS

1. Criar página de 'Seja Revendedor' com jornada guiada em 4 passos: validação CNPJ em tempo real, catálogo interativo com filtro por margem de lucro, simulador de investimento inicial (12 peças), e botão de WhatsApp com consultor dedicado - implementar em 7 dias.
2. Desenvolver seção de Prova Social com 5-10 depoimentos em vídeo de revendedoras reais mostrando suas lojas, faturamento mensal com REKIM, e peças mais vendidas. Incluir contador de 'X revendedores oficiais ativos' - implementar em 5 dias.
3. Unificar posicionamento entre @userekim e @rekimatacado com bio padronizada e link único para rekimatacado.com.br. Criar highlight 'Comece Aqui' no Instagram explicando requisitos e benefícios em 30 segundos - implementar em 3 dias.

### PERSONA PRIMARIA

Mulher empreendedora, 25-45 anos, dona de loja de roupas ou e-commerce de moda, busca fornecedores confiáveis no Bom Retiro com boa margem de revenda, valoriza qualidade e entrega ágil

**Conflito: A marca comunica simultaneamente para B2B (revendedores) e B2C (consumidora final), gerando ruído. O Instagram @userekim tem tom lifestyle que atrai consumidor final, mas o site é exclusivamente atacado. Isso causa**

# PROXIMOS PASSOS

Implemente as acoes recomendadas e acompanhe a evolucao do seu PUV Score.

## DESBLOQUEAR RELATORIO COMPLETO

Plano detalhado com 6 secoes de recomendacoes

QR CODE

- Grupo FNW - PUV SCORE - Coop.Diana Senciente.