

RIOLAX 20ª EDIÇÃO.com.vc

*EXCELÊNCIA EM
SERVIÇOS DE LUXO*

*RIOLAX INAUGURA SUA
PRIMEIRA LOJA NO PARÁ*

MATERIALIZANDO O CONFORTO



EDITORIAL

Te convido para uma CONEXÃO RIOLAX!

Ao longo desse ano, realizamos diversos encontros com escritórios de arquitetura, interiores e engenharia em nossas lojas Riolax. Esses encontros, chamados de CONEXÃO RIOLAX, são um mergulho no universo das especificações de spa´s, banheiras e ofurôs – nos quais, em total concordância com nossos parceiros especificadores, entendemos ser nosso papel esse diálogo, esse compartilhar de conhecimento para nutrir, cada vez mais, profissionais que realmente estão preocupados em levar bem-estar para seus clientes.

Profissional wellness

Carinhosamente, em reconhecimento, chamamos esses arquitetos(s), designers e engenheiros(a) de Profissional Wellness, e reforçamos com seus clientes tais valores em nossas abordagens de venda, parabenizando-os por terem esse valioso auxílio na busca por mais qualidade de vida. Incluir spa´s, banheiras e ofurôs em seus projetos é enfatizar essa preocupação, esse valor, essa estima pelos clientes, essa premissa salutar de que um bom cliente de arquitetura e interiores em 2023 e adiante é aquele que possui um lar de autocuidado, autoconhecimento e que a casa seja terapêutica, que acolha e cuide.

Se você tiver dúvida sobre especificação de spa´s, banheiras e ofurôs, procure seu consultor de bem-estar Riolax na sua loja mais próxima e agende seu Conexão Riolax. Do briefing às considerações técnicas de instalação, um mundo de possibilidades se abrirá para você e seus clientes – seja muito bem-vindo(a) ao universo RIOLAX.

Nesta edição, uma entrevista com Gabriela Otto, palestrante que compartilhou em nosso RIOLAX CONTENT sua elogiada palestra sobre “Excelência em Serviços de Luxo”, destacando as novidades no mercado de alto padrão. Em Projetos, a designer de interiores Luciana Athayde traz sua escolha do Spa Malala para um verdadeiro refúgio imersivo num banheiro masculino. Fechamos essa edição dando as boas-vindas ao novo franqueado Riolax no Pará.

Esse editorial é assinado por Gabriel Garcia de Souza Neto, socio proprietário Riolax, engenheiro mecânico de formação, empreendedor por paixão, dedicado a promover o bem-estar, o autocuidado e o relaxamento.



EXCELÊNCIA EM SERVIÇOS DE LUXO



Gabriela Otto foi a palestrante do Riolax Content

Quais os destaques atuais do segmento de alto padrão? O que torna uma experiência memorável? Essas e outras perguntas foram o pano de fundo do último encontro do Riolax Content, conduzido pela palestrante Gabriela Otto. O evento on-line, promovido pela Rede periodicamente, é uma ação exclusiva para os membros do Club Riolax Experience.

Formada em Comunicação Social, com especialização Marketing, Gabriela Otto possui mais de 20 anos de experiência em empresas multinacionais como Caesar Park, InterContinental, Sofitel Luxury Hotels e Worldhotels. CEO da GO Consultoria, é também Presidente da HSMAI (Hospitality Sales and Marketing Association International), curadora de conteúdo de grandes eventos e professora da ESPM, onde criou os renomados cursos de extensão “Excelência em Serviços” e “Gestão e Estratégias do Turismo de Luxo”.

Quais os destaques atuais do segmento de alto padrão?

Primeiramente, a sustentabilidade é fator crucial no segmento de alto padrão. Os consumidores estão cada vez mais conscientes dos impactos ambientais e sociais de seus investimentos. Desta forma, práticas eco-friendly estão ganhando destaque no mundo todo e algumas empresas já colocam esse item como fator decisivo para fechar negócios e contratar fornecedores. O segmento de luxo é quem ‘dá o tom’ da sustentabilidade no mercado.

Outro destaque é a Inteligência Artificial. No setor de arquitetura e design, a integração com a tecnologia já tomou conta das propriedades de alto padrão. Entre os exemplos, podemos citar a automação residencial, sistemas de segurança avançados, iluminação inteligente e sistemas de entretenimento de última geração, etc.

Design Personalizado e exclusivo, isso inclui a personalização de interiores, móveis sob medida e a criação de espaços que reflitam o gosto individual e as necessidades dos proprietários. Luxo precisa representar a personalidade de quem compra, seu desejo e sua projeção de si mesmo para o mundo.

Saúde e Bem-Estar: a busca por um estilo de vida saudável e equilibrado é uma prioridade para muitos nesse segmento. Espaços dedicados à saúde e ao bem-estar, como salas de ginástica, spas, piscinas e jardins terapêuticos são cada vez mais indispensáveis. Temos ainda a Arte e Cultura que desempenham um papel fundamental no segmento de alto padrão. Coletar obras de arte, apoiar instituições culturais e participar de eventos artísticos são práticas comuns entre os consumidores desse segmento. E, por fim, a privacidade também é prioridade para os consumidores de alto padrão.

É possível definir o que é o luxo?

O luxo é uma busca incessante por sensações, prazeres e experiências que vão além da aquisição de bens materiais caros. Não se trata apenas de possuir objetos, mas de vivenciar a fugacidade do prazer e da novidade. É a busca por um estilo de vida hedonista, no qual a satisfação pessoal e a diferenciação social são fundamentais. O luxo contemporâneo é menos sobre o acúmulo de bens duradouros e mais sobre a busca por momentos de êxtase, prazeres fugazes e uma vida vivida no presente. É uma experiência altamente mediada e simbólica, que envolve a construção de uma identidade socialmente desejável.

E por falar em experiência, o que torna uma experiência memorável? Como entregar um serviço ou produto que atenda o perfil de alto padrão, por exemplo, no segmento de relaxamento e banho?

Primeiramente qualidade. Produtos e serviços de alta qualidade são essenciais. A excelência é esperada e deve ser entregue em todos os aspectos, desde materiais utilizados até a execução de serviços. Outro ponto é o atendimento personalizado, ou seja, conhecer os clientes pelo nome, entender suas preferências e antecipar suas necessidades é fundamental.

Criação de Memórias, ou seja, eventos especiais, celebrações ou surpresas inesperadas podem contribuir para isso. E, por fim, Experiência Sensorial, sentimos o mundo através dos sentidos. Aromas, cores, sons agradáveis, tudo conta para propiciar um momento memorável aos clientes.

Em sua palestra você destacou a importância da consistência para chegar à excelência. Como isso se dá na prática?

A consistência em uma marca de luxo é um dos princípios fundamentais para construir e manter uma imagem sólida e confiável no segmento de alto padrão, pois está conectada diretamente à satisfação do cliente. Consistência está relacionada à credibilidade e à confiança, fazendo com que os clientes se sintam mais seguros em seus investimentos.

Também está relacionada à experiência uniforme (mas personalizada), independente do contato do cliente, refletindo os valores da marca e seu padrão de qualidade. Surpreender um cliente exigente é uma coisa (mais fácil), mas surpreendê-lo sempre é luxo. Por fim, consistência reflete mais resiliência perante um mercado em constante mudança, pois a marca se adapta sem comprometer sua identidade essencial.



MATERIALIZANDO O CONFORTO

Banheiro masculino ganhou destaque especial com o SPA Malala



O projeto deste banheiro, desenvolvido pela designer de interiores Luciana Athayde, para um homem solteiro e maduro, apostou em materiais nobres e naturais, com uma pegada escandinava, mas sem perder o estilo do cliente. “Investimos em um quartzito de cor vibrante para a bancada esculpida e nichos embutidos com iluminação, metais pretos para tornar o ambiente mais masculino e uma deliciosa hidromassagem da Riolax com todos os acessórios disponíveis, destacando-a com porcelanato em textura madeirada”. O resultado foi um ambiente mais acolhedor e relaxante.

Luciana, que trabalha com projetos residenciais e comerciais desde 2010 e, em abril de 2022, inaugurou seu próprio escritório, faz questão de evidenciar que a especificação da banheira Riolax foi, principalmente, devido à confiança. “Confio nos produtos da Riolax, pois já indiquei para outros clientes e nunca tivemos reclamações. Além da vasta variedade de produtos, o que facilita especificar para diversos perfis de clientes”. Outros diferenciais, lembrados pela designer, são a garantia, a qualidade e o atendimento.

O SPA Malala, escolhido para este projeto, é compacto, mas com um excelente espaço interno. É propício, portanto, para quem tem um ambiente otimizado, porém deseja manter o conforto e o bem-estar e um lindo design para um completo relaxamento. Ele foi equipado com cromoterapia, aquecedor, air blower, ozônio e fechamento externo, o que garantiu o máximo conforto ao usuário.



O SPA Malala foi escolhido para o Projeto. Outro destaque do Projeto é a bancada com cuba esculpida na pedra.

RIOLAX INAUGURA SUA PRIMEIRA LOJA NO PARÁ

Franquia será na cidade de Castanhal, Região Metropolitana de Belém

A Região Norte do país vai ganhar mais uma loja da Riolax, a primeira no estado do Pará. A cidade escolhida foi Castanhal, localizada na Região Metropolitana, a cerca de 68 km de Belém. Considerada uma das mais desenvolvidas da Região Nordeste do Estado, a cidade também apresenta o crescimento mais acelerado nas áreas de indústrias e comércio. A frente da franquia Riolax está a advogada Amanda Laionara Araújo Simões.

A franqueada conta que o primeiro contato com a marca foi ao buscar adquirir um produto para sua casa. “Não conhecia. Conheci através do interesse em adquirir um produto de qualidade e que pudesse me proporcionar experiência de lazer e relaxamento em minha própria residência. Me apaixonei de cara!”

Surgiu ali um novo propósito. “Eu e meu marido já buscávamos por uma franquia com produtos de qualidade para empreender na cidade de Castanhal. Quando a oportunidade da Riolax surgiu, não pensamos muito. Abraçamos a ideia, pois acreditamos que iremos mudar conceitos de experiências de lazer através da Riolax na região”. Amanda detalha ainda que a Riolax reúne diferenciais e valores importantes para ela, como segurança, qualidade, beleza e sofisticação. “Os produtos Riolax são verdadeiras experiências”.

A previsão é que a loja fique pronta no mês de novembro. “Queremos inaugurar o quanto antes”. E a expectativa é enorme, “nossa expectativa é fazer a população de Castanhal e redondezas identificarem, através da Riolax, um produto de experiência ímpar. Queremos modificar o conceito de bem-estar e qualidade de vida por meio da experiência em adquirir um produto de qualidade a nível Riolax”.



Amanda, que é advogada e, atualmente, procuradora Administrativa e Constitucional no Município de Castanhal/Pará, explica o motivo de acumular mais um cargo: o de empreendedora. “A escolha pela Riolax veio concretizar um sonho. Estou entrando no ramo do empreendedorismo e do franchising na certeza de que tenho Deus como pilar e sustento. E também com o apoio de um dos profissionais que mais admiro que é o meu marido.”

E o que as pessoas podem esperar? “Podem esperar uma loja linda, extremamente moderna e sofisticada! Castanhal e região merecem uma loja Riolax. Pronta para entregar aos nossos clientes as melhores experiências no ramo.”

Gabriel Borges, CEO da Riolax, enfatiza a importância da inauguração no Estado do Pará. “Estamos muito felizes com mais este marco em nossa Rede!”, finaliza.



RIOLAX

• BANHEIRAS • SPAS • OFURÔS



REQÜINTE E ELEGÂNCIA
NA PALMA DA SUA MÃO

 www.riolax.com.br

 [riolax](#)

 [riolax](#)

 contato@riolax.com.br