



MISSÃO
**NOVA20
YORK26**
COM SURAMA JURDI

WORKBOOK DAS EMPRESAS

suramajurdi
academy



MICROSOFT EXPERIENCE CENTER | 5ª AVENIDA

TECNOLOGIA, PRODUTIVIDADE E EXPERIÊNCIA ASSISTIDA

A presença da Microsoft na 5ª Avenida traduz a evolução de uma empresa que deixou de ser percebida apenas pelos softwares e passou a ocupar também o espaço da inteligência artificial, dos dispositivos, da nuvem, dos games e da produtividade conectada. O ambiente físico aproxima o público de um ecossistema que faz parte da rotina de pessoas, empresas, escolas e criadores.

O Microsoft Experience Center funciona como um espaço de demonstração, suporte e relacionamento. Produtos como Surface, Xbox, Windows, Microsoft 365 e soluções com Copilot podem ser explorados com acompanhamento da equipe, permitindo que o cliente entenda aplicações reais antes de tomar uma decisão.

A experiência ganha valor porque tecnologia complexa precisa de tradução prática. A equipe ajuda a conectar recursos, necessidades e formas de uso, tornando o atendimento uma parte importante da jornada. Esse modelo aproxima inovação do cotidiano e reduz inseguranças comuns na escolha de dispositivos, sistemas e ferramentas digitais.

A loja também revela como a Microsoft organiza diferentes públicos em um mesmo ambiente. Consumidores finais, profissionais, pequenas empresas, gamers e estudantes encontram pontos de contato com produtos e serviços que atendem rotinas muito distintas, mas conectadas pela mesma lógica de produtividade e integração.

Outro aspecto importante está na presença da marca em um endereço de alta visibilidade global. A 5ª Avenida reforça a Microsoft como uma empresa que disputa atenção no campo da experiência, mostrando que tecnologia também precisa ser sentida, testada e compreendida no contato presencial.

PONTOS DE DESTAQUE

- Demonstração assistida de produtos e soluções digitais
- Integração entre dispositivos, software, IA, games e produtividade
- Experiência física voltada à confiança, suporte e adoção de tecnologia





HERSHEY'S

CHOCOLATE, MEMÓRIA AFETIVA E EXPERIÊNCIA GASTRONÔMICA

A Hershey's Chocolate World trabalha com um território emocional muito próprio: o chocolate como lembrança, presente, pausa e indulgência. Em Times Square, esse universo ganha uma dimensão maior, aproximando marcas clássicas do grupo, produtos exclusivos e experiências preparadas na hora.

O espaço reúne Hershey's, Reese's, Kit Kat, Twizzlers e outras marcas conhecidas dentro de uma jornada voltada ao consumo imediato e à lembrança de viagem. A loja cria diferentes momentos de compra, desde o cliente que entra para levar um presente até quem quer viver uma experiência doce durante o passeio.

A parte gastronômica ocupa um papel importante na visita. S'mores preparados na hora, milkshakes, cookies, chocolates quentes e criações com Reese's transformam produtos conhecidos em experiências mais sensoriais, com cheiro, preparo, textura e consumo no momento.

A personalização aparece de forma mais afetiva do que tecnológica. Embalagens especiais, barras customizadas e produtos temáticos de Nova York permitem que o cliente transforme um chocolate familiar em lembrança, presente ou item comemorativo.

A Hershey's também se apoia em nostalgia. A marca faz parte da memória de consumo americana e usa esse vínculo para conversar com famílias, turistas e fãs que reconhecem os produtos antes mesmo de entrar na loja.

A Hershey's Chocolate World permite analisar como uma marca tradicional amplia valor ao transformar chocolate em experiência gastronômica, presente personalizado e memória de viagem dentro de um dos pontos mais movimentados de Nova York.

PONTOS DE DESTAQUE

- Chocolate transformado em experiência gastronômica e sensorial
- Marcas clássicas reunidas em um ambiente de consumo imediato
- Personalização e produtos temáticos como lembrança de viagem





M&M'S WORLD

PERSONALIZAÇÃO, ENTRETENIMENTO E EXPERIÊNCIA DE MARCA

A M&M'S World Times Square transforma um produto simples e conhecido em uma experiência de marca altamente visual. O chocolate aparece como ponto de partida para um universo de cores, personagens, presentes, lembranças e interações criadas para públicos de diferentes idades.

A presença em Times Square reforça essa lógica de espetáculo. Em uma região marcada por luzes, telões, turismo e entretenimento, a loja usa escala, cor e movimento para competir pela atenção de quem passa pela Broadway.

O espaço tem três andares e reúne uma das experiências mais reconhecidas da marca em Nova York. O cliente encontra paredes de chocolate por cor, produtos licenciados, roupas, acessórios, itens exclusivos da cidade e áreas criadas para fotos e interação.

A personalização amplia o valor do produto. Na Personalized Printer, o cliente pode escolher imagens, mensagens e cores para imprimir nos próprios M&M'S em poucos minutos, transformando um doce comum em presente, lembrança ou item de celebração.

A loja também trabalha muito bem a compra por impulso. O ambiente estimula circulação, descoberta e escolha rápida, enquanto a variedade de embalagens, sabores, cores e itens temáticos aumenta as possibilidades de ticket e recorrência turística.

A M&M'S World Times Square permite analisar como uma marca global de consumo transforma produto, personagem, personalização e entretenimento em experiência física, criando um destino comercial dentro de uma das regiões mais movimentadas de Nova York.

PONTOS DE DESTAQUE

- Produto transformado em experiência visual e interativa
- Personalização de M&M'S com imagens, mensagens e cores
- Loja como destino turístico conectado ao entretenimento de Times Square



MISSÃO
NOVA YORK 2026
COM **SURAMA JURDI**

surama jurdi
academy