



## Missão

Projetar e entregar os melhores produtos do mercado, criando novas experiências e liderar o setor de tecnologia da mobilidade com inovação e sustentabilidade. Entregar os melhores veículos elétricos de entregas last mile do mercado assim como desenvolver novos projetos com tecnologia embarcada para tornar empresas mais eficientes.

Principal benefício que entregamos ao cliente (o que vendemos)? Eficiência e agilidade

Qual é o diferencial competitivo que nos torna diferente da concorrência? Durabilidade e robustez dos nossos produtos, economia e sustentabilidade

Há algo especial em nós que deve estar na missão? Procuramos ir mais longe, movidos pela liberdade, vemos o que os outros não veem. Temos coragem e até audácia em ir à frente do mercado. Estamos em constante movimento para estarmos atentos ao que for melhor para o caminho que está por vir. Estamos sempre procurando mudar em busca do melhorar o que temos e nos adequar rapidamente às necessidades do mercado.

**SOMOS OS REBELDES!**

A missão deve ser viva e ser usada em todos os momentos de tomada de decisão e ações do dia a dia.

ARROW





## Valores

**Arrow:** Uma marca que transcende o comum e se eleva com uma visão ousada. Seus valores fundamentais são como as notas de uma sinfonia, harmonizando-se para criar uma melodia única.

**Cidadania:** A Arrow é uma marca global, comprometida com a responsabilidade social e o bem-estar das comunidades onde atua.

**Urbanização:** A Arrow se destaca nos centros urbanos, trazendo soluções inteligentes para os desafios logísticos da vida moderna.

**Inovação:** Arrow é pioneira, criando soluções que moldam o futuro.

**Agilidade:** Ela dança com a velocidade do mundo, sem perder o equilíbrio.

**Digitalização:** Arrow abraça a era digital, transformando dados em insights.

**Resiliência:** Como uma flecha, ela se flexiona, mas nunca quebra.

**Desenvolvimento:** Arrow investe no crescimento contínuo, pessoal e profissional.

**Sustentabilidade:** Ela protege o planeta, criando soluções ecoconscientes.

**Autenticidade:** Arrow é genuína, transparente e fiel a seus princípios.

**Elegância:** Seu design é refinado, sua abordagem, sofisticada.

Esses valores são a bússola que guia Arrow em sua jornada, e sua marca é a trilha sonora da inovação e da excelência.





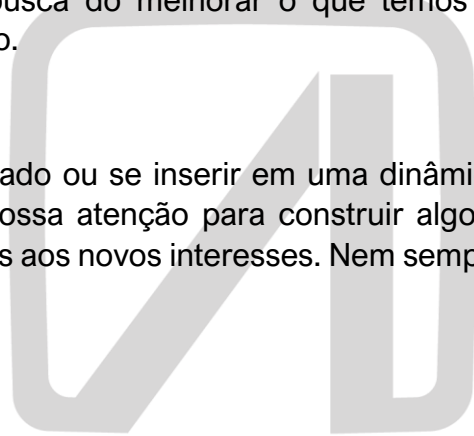
## Visão

Ser uma empresa que revoluciona o mundo por meio da tecnologia, com base na inovação, qualidade, simplicidade, design e sustentabilidade.

Ser referência em tecnologia de mobilidade e logística verde, com performance e eficiência.

Procuramos ir mais longe, movidos pela liberdade, vemos o que os outros não veem. Temos coragem e até audácia em ir a frente do mercado. Estamos em constante movimento para estarmos atentos ao que for melhor para o caminho que está por vir. Estamos sempre procurando mudar em busca do melhor o que temos e nos adequar rapidamente às necessidades do mercado.

Mudar o que está instaurado ou se inserir em uma dinâmica que já está estabelecida para fazer diferente. Direcionamos nossa atenção para construir algo sólido, distanciando-se de uma ideia fixa, ficando sempre abertos aos novos interesses. Nem sempre o que se acredita-se é tomado como certo.



ARROW





## Manifesto

Num mundo de conformidade e limitações, somos a Arrow – os rebeldes, os disruptores, os arquitetos da mudança. Nosso trabalho é visionário, que iniciou uma revolução por meio da inovação, paixão e crença inabalável nessa visão. Andamos nos ombros da tecnologia, com espírito de rebeldia e busca pela excelência.

Ultrapassamos limites, sem medo de questionar, de experimentar e de falhar. Nossa paixão nos impulsiona e nossa audácia alimenta nossa jornada.

Design não é apenas o que parece. Design é como funciona. Nossos produtos não são meras mercadorias; eles são extensões de nossos ideais. Tratamos o design como sagrado, garantindo que nossas criações não apenas cativem os olhos, mas também enriqueçam vidas através de uma utilidade impecável.

Num mundo repleto de ruído, destilamos a essência da inovação no que é elegante e simples. Nossas soluções nascem de uma busca incessante pela clareza, eliminando o desnecessário para revelar o profundo.

Defendemos os excluídos, os visionários e os rebeldes que ousam desafiar as normas. A diversidade é a nossa força; perspectivas variadas alimentam nossa inovação. Celebramos o potencial humano, sem medo de nos destacarmos da multidão.

Nossa jornada não está limitada pelo tempo, transcende gerações. Nosso legado não está apenas nos produtos que criamos, mas nas vidas que tocamos, nas mentes que inspiramos e no futuro que moldamos

:

Apelamos aos sonhadores, aos pensadores e aos realizadores para se juntarem às nossas fileiras. Juntos, somos os arquitetos da mudança, os portadores da inovação, os guardiões da criatividade. Nossa jornada não é para os tímidos; é para quem ousa sonhar além dos limites. Abrace o seu rebelde interior e, juntos, vamos pintar a tela do futuro.

Este é o nosso manifesto. Esta é a nossa revolução. Levante-se conosco!

ARROW - Electric mobility solutions for revolutionary urban logistics.





## Características do arquétipo da Arrow:

Desafiamos as regras e normas estabelecidas pela sociedade. Temos forte personalidade e um senso de justiça muito desenvolvido. Além disso, somos corajosos, independentes e valorizamos a liberdade. Lutamos contra a injustiça e a opressão, seja através de atos de rebeldia ou heroísmo. Priorizamos a liberdade, ousadia e inovação. Somos pioneiros em veículos elétricos no Brasil e queremos desafiar às regras e padrões estabelecidos para trazer os melhores retornos para todos.

## Como esse arquétipo se manifesta na Arrow?

O Fora da lei pode se manifestar na Arrow através de diferentes elementos, como design, mensagem e atendimento ao cliente.

**Design e estética:** estética mais agressiva e ousada. Cores escuras, letras impactantes e imagens fortes podem ajudar a transmitir essa postura rebelde.

**Mensagem e storytelling:** a comunicação da marca deve enfatizar a ideia de que ela é diferente e desafia as normas. É importante contar histórias que mostrem a postura rebelde da marca e como busca mudar o status quo. Além disso, pode utilizar uma linguagem mais ousada e provocativa em suas campanhas publicitárias.

**Atendimento e experiência do cliente:** a Arrow deve oferecer uma experiência única e diferenciada para seus clientes. É preciso transmitir a ideia de que somos realmente revolucionários e que oferecemos algo que as outras empresas não têm.

**Vantagens do arquétipo da Arrow:** Poder de formar uma comunidade para quem se sente excluído da sociedade, ou que não se identificam com os valores dela. Dessa forma, a Arrow será como uma comunidade para os seus clientes, e não apenas o produto ou serviço que oferece.

Devemos ser vistos como diferentes e destoantes das demais, marcas sob o arquétipo que pode ajudar a chamar a atenção do público e se destacar em meio à concorrência, alcançando uma audiência totalmente nova.

O Fora da Lei é associado a um comportamento transgressor das normas estabelecidas, o que pode atrair consumidores que se identificam com essa postura ou que buscam produtos ou serviços que expressem uma atitude mais ousada e desafiadora. Esse arquétipo também é relacionado a uma certa independência e autonomia em relação ao sistema, o que pode transmitir uma sensação de liberdade e autenticidade aos consumidores.

Muitas vezes o **Fora da Lei é um agente de mudança**, que desafia o status quo e busca **novas formas de pensar e agir**. Isso pode ajudar marcas que desejam se destacar como inovadoras e criativas.

