

Ponto de Venda para Vender



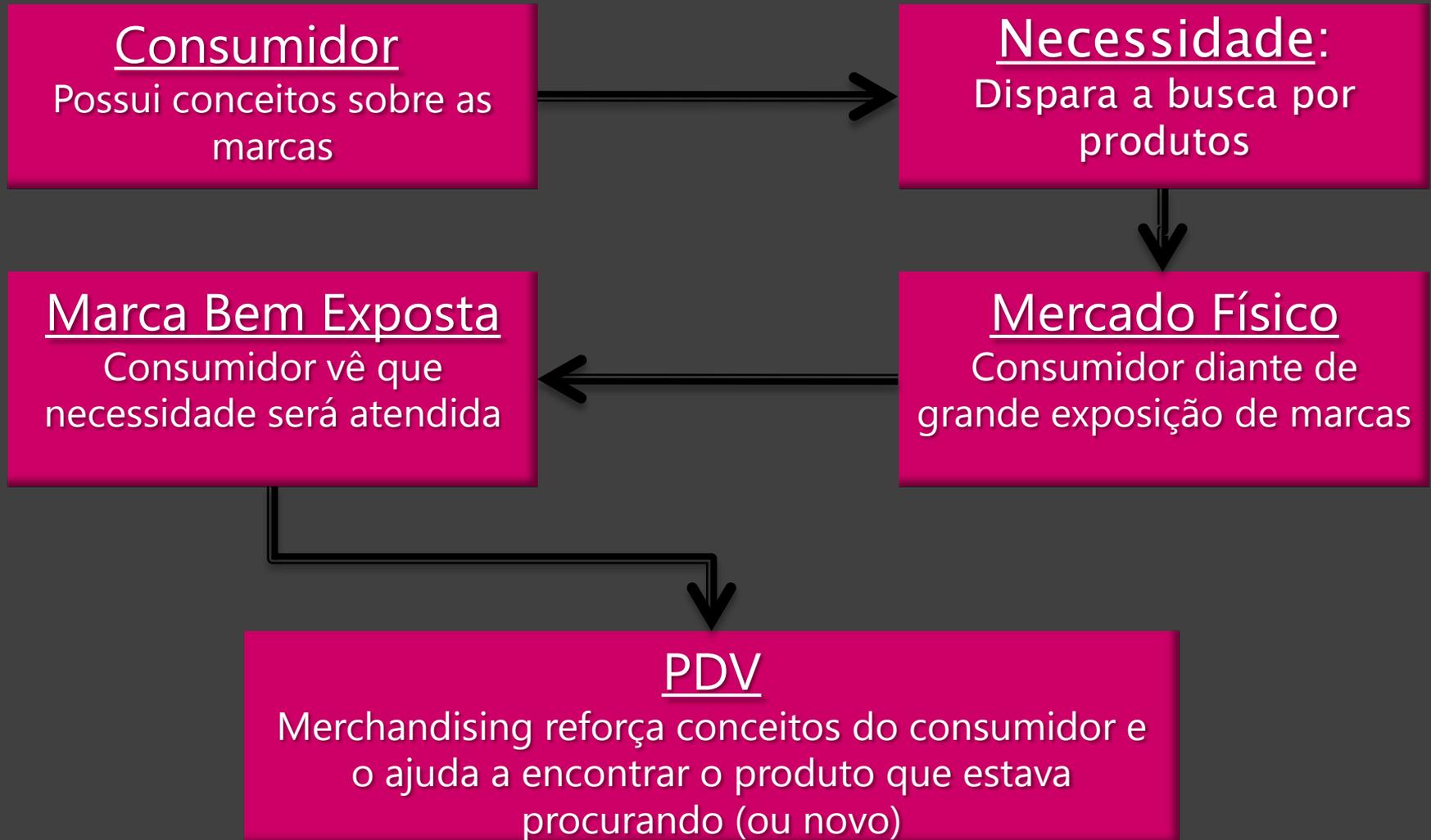
Como marca, fachada e merchandising podem se ajudar

O DESAFIO

Competindo com Competência

- Todos sabem que a competitividade do mercado é cada vez maior.
- Resta então que as empresas utilizem-se do maior potencial possível de cada ferramenta de marketing que tenha à disposição.
- Marca, fachada e merchandising formam um conjunto que resume quase todos os fatores que compõem a dança do mercado.

A lógica até o PDV





A primeira
(e talvez a definitiva)
forma como te conhecem

MARCA

“A marca é o nome, termo, símbolo, grupo de palavras e letras, desenho ou combinação dos elementos citados, usados para identificar bens ou serviços de um vendedor ou de um grupo de vendedores, distinguindo-se dos demais produtos ou serviços concorrentes.”

Philip Kotler

- A marca é o resumo de tudo aquilo que uma empresa significa ou quer significar:
 - Confiabilidade;
 - Força;
 - Agilidade ou rapidez;
 - Transparência;
 - Inovação;
 - Tecnologia.

Tudo depende das características de seu mercado e de sua situação nesse mercado.





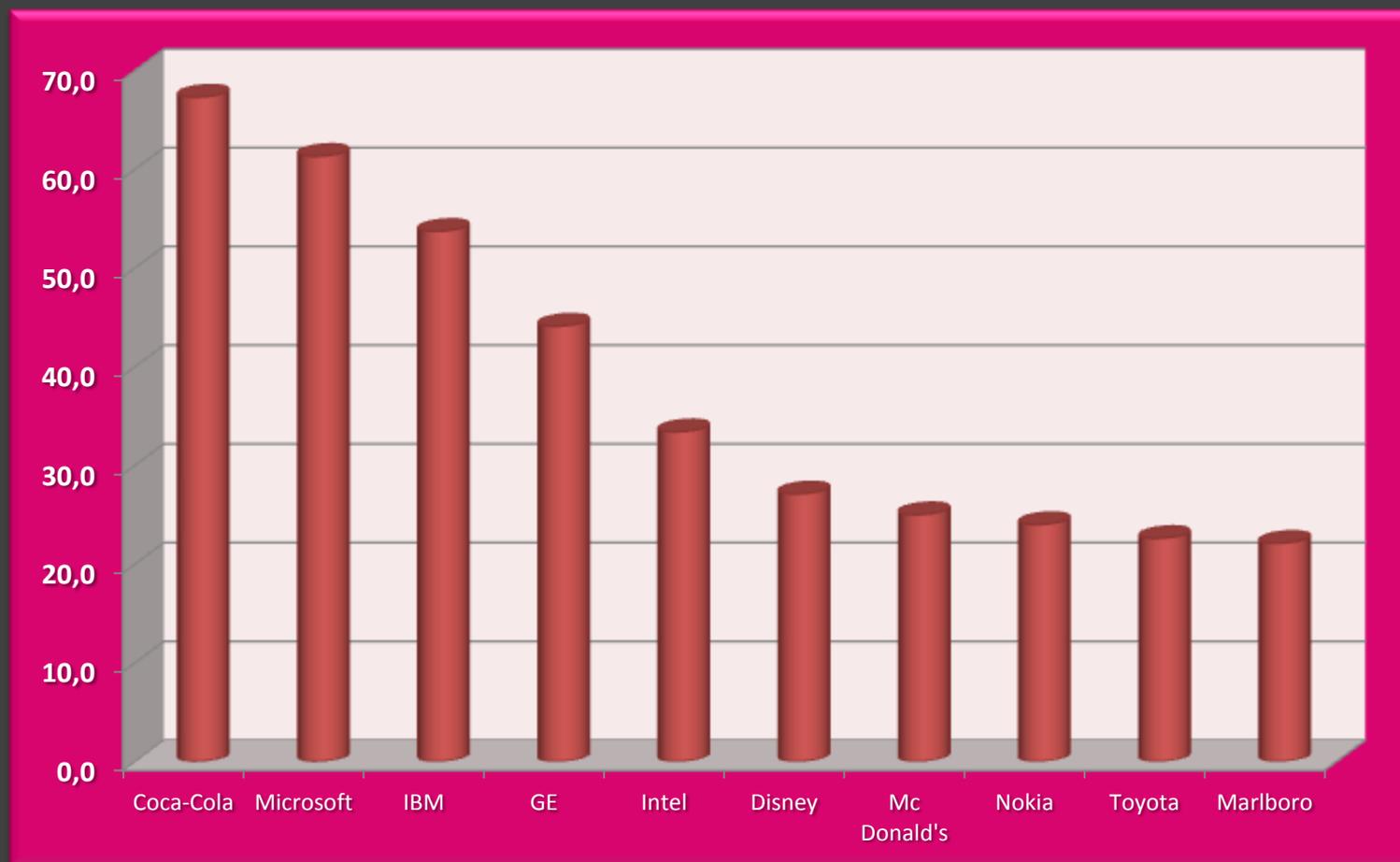
Marca

Uma marca que sintetize todos esse elementos e que seja bem administrada, pode ser mais valiosa para uma empresa do que fábricas, linhas de distribuição e pode ser tão forte quanto o produto ou empresa que representa.

- Não representam apenas produtos e empresas, mas sim uma filosofia, um conceito e um laço de fidelidade entre empresa e o seu consumidor:
 - A marca é muito mais que ter um desenho e uma identidade visual definida, é ter nas mãos um bem tão valioso quanto o patrimônio físico de uma fábrica.
 - A marca é conhecida através dos valores agregados.

Marca

- Algumas marcas mais valiosas do mundo:



- A construção e manutenção de uma grande marca exige:
 - Estratégia
 - Planejamento
 - Investimento
 - Muito cuidado e atenção
- Grandes marcas são admiradas e imitadas

Marca

- Evite que sua marca seja desvirtuada !

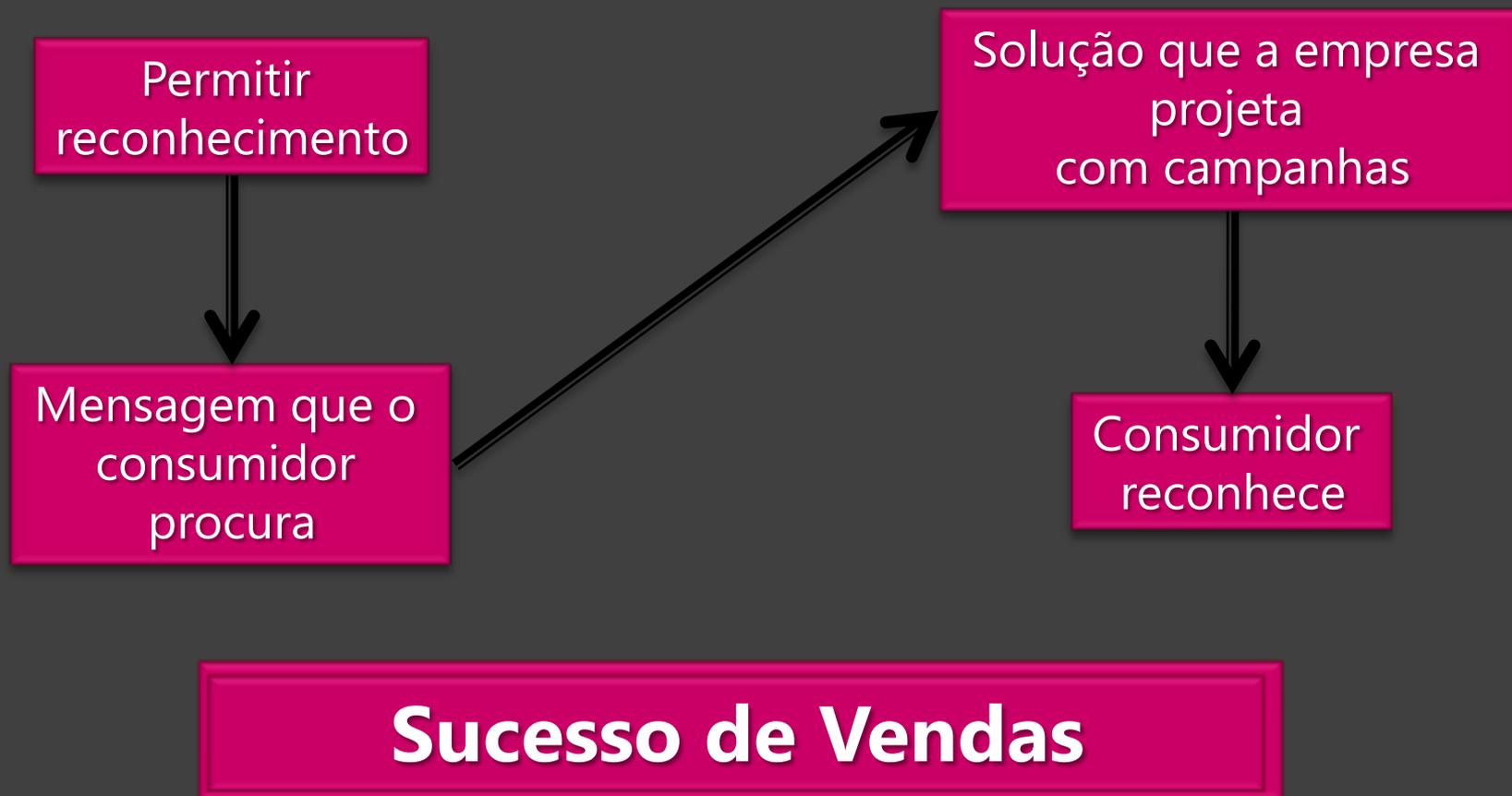


Sendo (bem) visto no meio do mercado

FACHADAS

Fachadas

- Função da Fachada



- Importância do reconhecimento da Identificação Visual
 - Se você tem...
 - O PDV responde...

Sede



Que abastecer



Fome

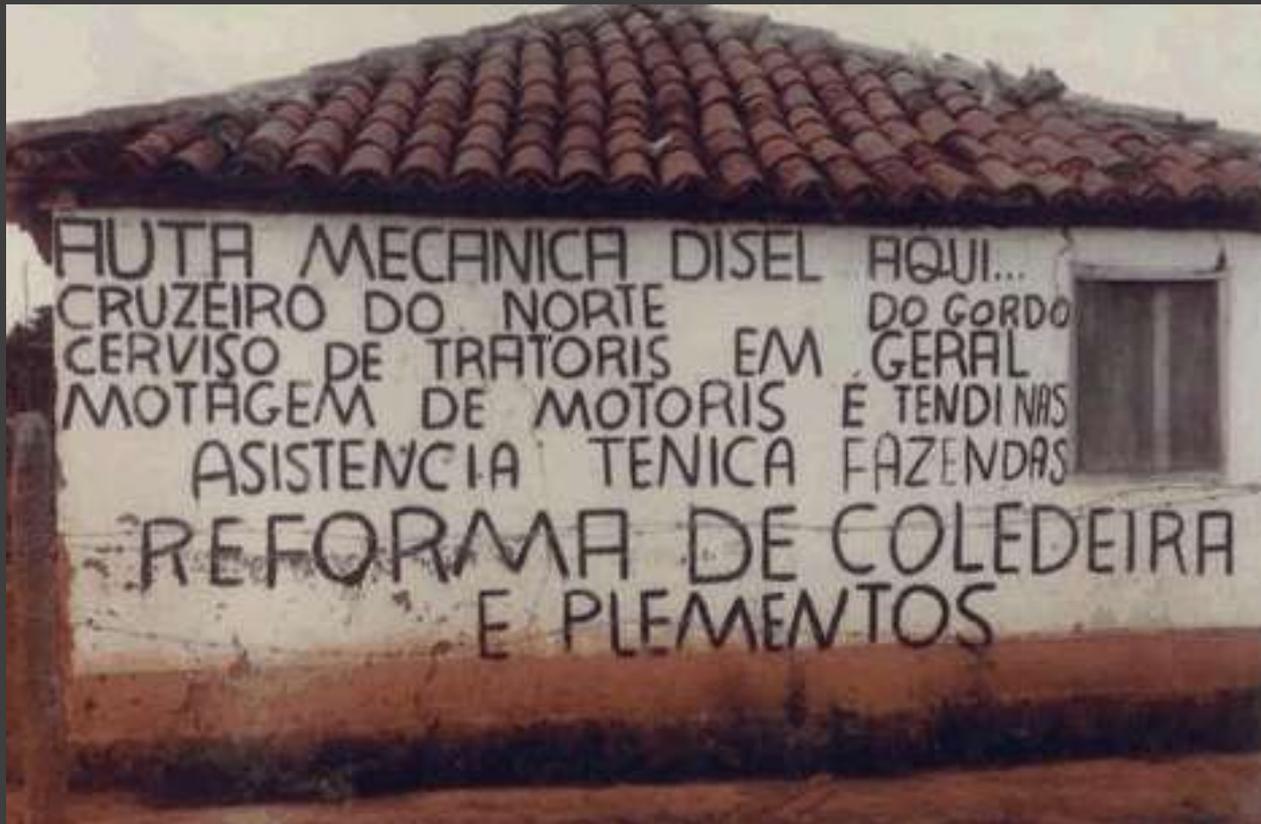


Fachadas

- Para se atingir esse nível de conexão com o consumidor, retomamos as exigências demonstradas pela Marca:
 - Estratégia
 - Planejamento
 - Investimento
 - Muito cuidado e atenção

Fachadas

- Outras formas tornam bem mais difícil estabelecer essa relação com o mercado...



Fachadas

- Mesmo que esteja tudo “arrumadinho”



Jogando (a seu favor) no seu próprio campo

PONTO DE VENDA & MERCHANDISING

PDV & Merchandising

- O que é Merchandising ?
 - É qualquer técnica, ação ou material promocional usado no ponto-de-venda que proporcione informação e melhor visibilidade aos produtos, marcas ou serviços, com propósito de motivar e influenciar as decisões de compra dos consumidores.

PDV & Merchandising

- O que é Ponto De Venda (PDV)?
 - É qualquer estabelecimento comercial que exponha serviços ou produtos para a venda ao consumidores.
 - Supermercados, Farmácias, Shoppings, Padarias, Lojas, Bancas de Jornal, Bancos, Exposições, Barracas de Camelô, Feiras Livres, Lojas Virtuais na Internet, etc..

PDV & Merchandising

- Merchandising no Ponto de Venda:
 - As ações de merchandising no PDV têm como objetivo gerar maior visibilidade das marcas e produtos no cliente através da conquistas de novos espaços e melhor exposição, gerando ao final um giro mais rápido do produto.
 - Merchandising é o último contato que temos com o consumidor antes de ele se decidir pela compra no ponto-de-venda, o que significa a diferença entre vender ou não vender.

PDV & Merchandising

- A importância do ponto de venda e Merchandising é:
 - Reforçar a imagem da marca
 - Incrementar os níveis de fidelização em razão da confiança criada pela noção de qualidade que uma boa apresentação causa.

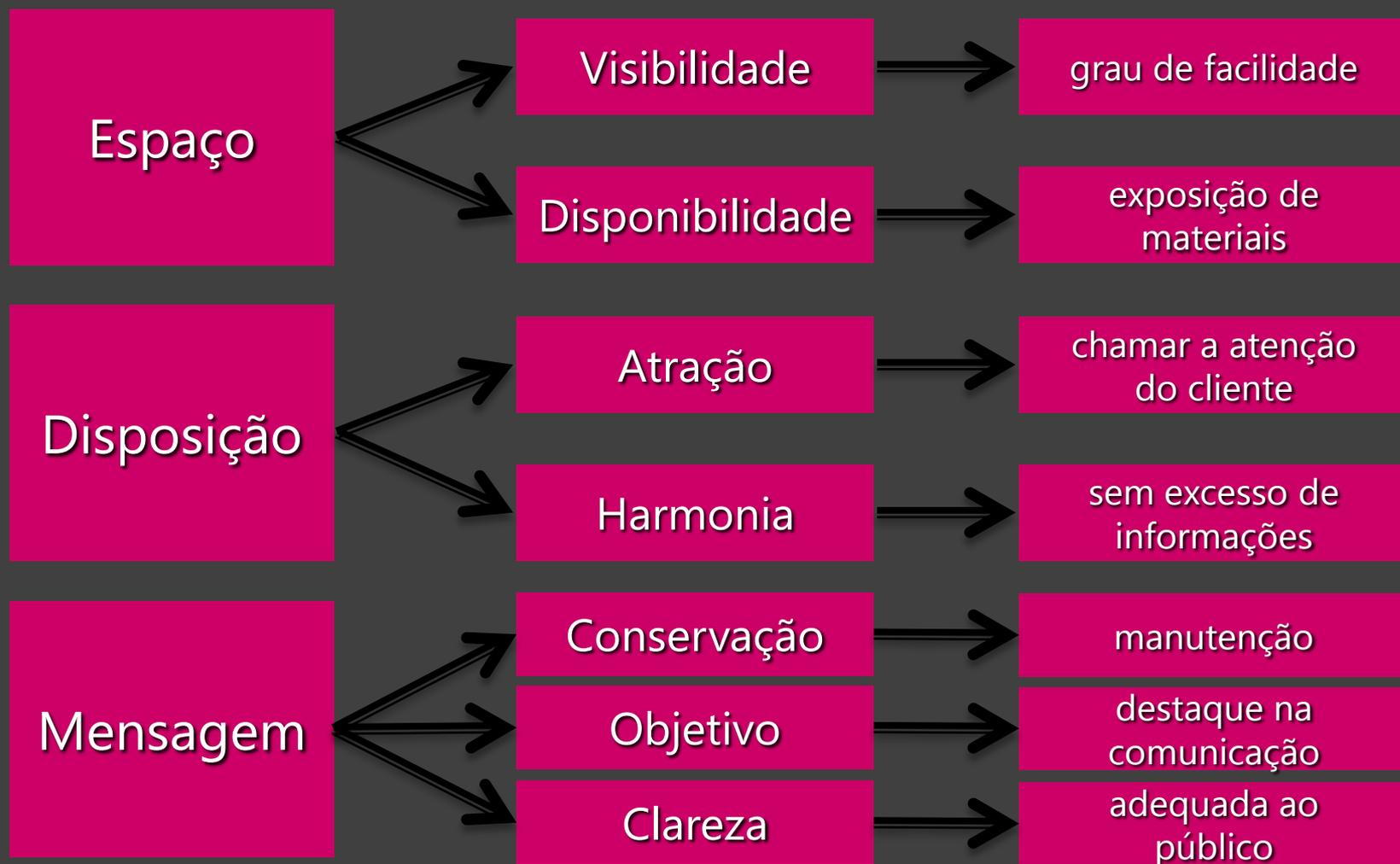
PDV & Merchandising

- Curiosidades:

- Nas decisões de compra, **85%** são realizadas pelo consumidor dentro do ponto-de-venda.
- Dentre os consumidores, **40%** já têm alguma idéia das marcas quando vão comprar algum produto.
- Boa parte dos mais **R\$ 130 milhões** que a Ambev destinou para a área de marketing neste ano foi para ações de merchandising (Antarctica)

Soluções para o PDV

- Disposição dos Materiais



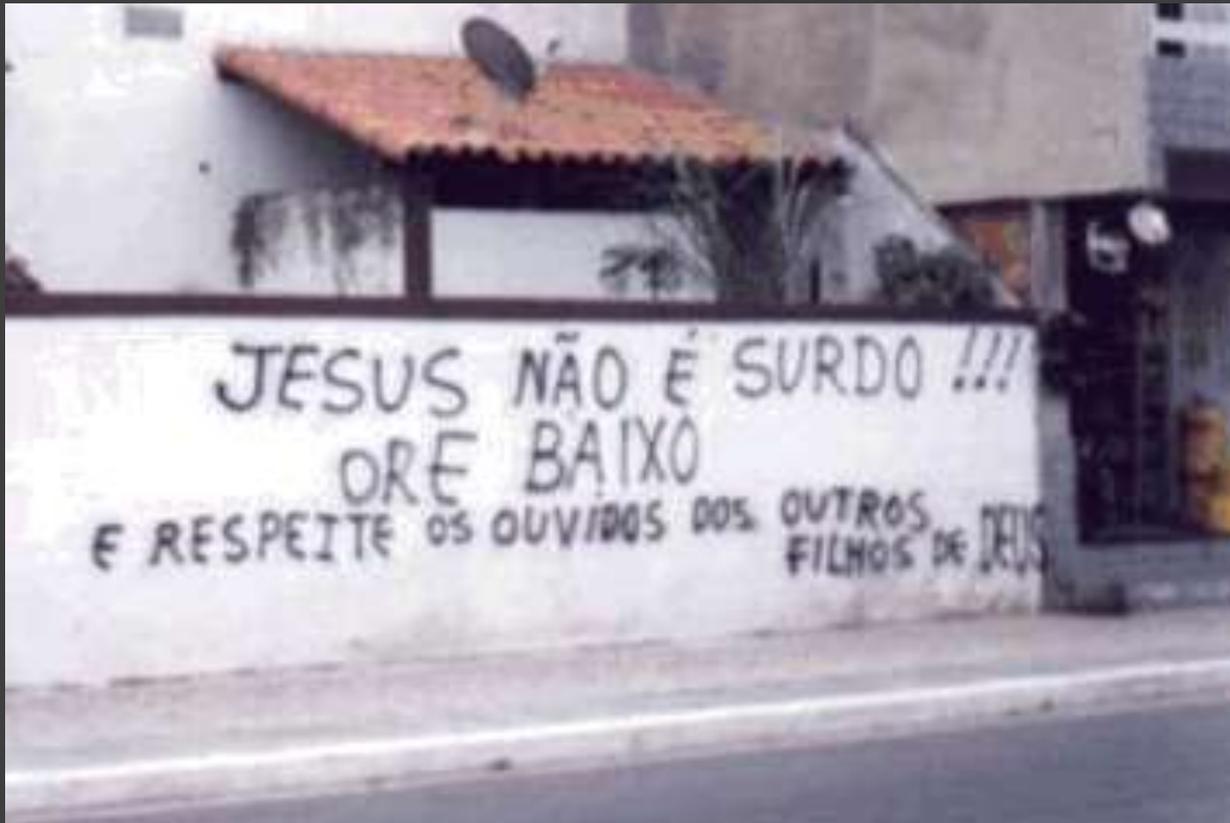
Soluções para o PDV

- O bom PDV estabelece comunicação imediata com o cliente !



Soluções para o PDV

- Mesmo mensagens claras, exigem um bom layout !



Soluções para o PDV

- Mesmo o produto mais vendável tem que ser bem apresentado !



Soluções para o PDV

- Os materiais apresentados fazem com que os clientes sintam-se valorizados.
- O cliente final, num ambiente propício, é induzido à compra.

Soluções para o PDV

- Não existe produto tão ruim que não mereça um material de PDV



Soluções para o PDV

- O valor agregado a marca também pode ser negativo se:
 - Os materiais expostos estiverem com pó;
 - A equipe estiver com uniforme em mal estado;
 - Improvisar materiais de ponto de venda como colar papel com outra informação para aproveitar o material;
 - Poluir o material exposto com muitas informações, dificultando a leitura;
 - Deixar materiais de ponto de venda escondidos ou com difícil acesso.

Soluções para o PDV

- Cuide do seu PDV



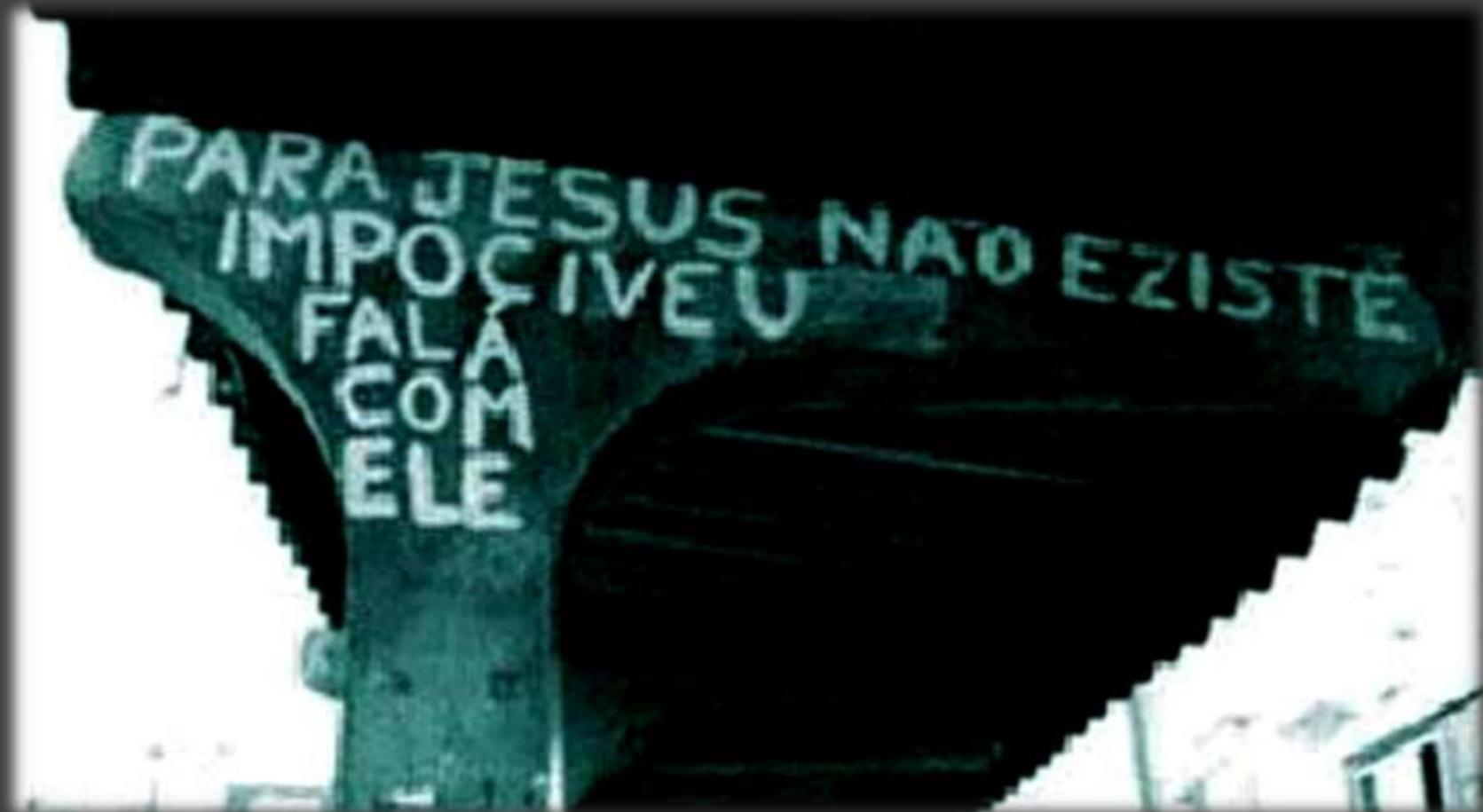
Soluções para vendas!

- Como vimos o PDV é fundamental no sucesso de suas vendas.
 - Estes entre outros valores negativos agregados a marca fazem com que o cliente pense antes de efetuar uma nova compra.
 - Recuperar esta imagem é muito difícil.
 - Portanto, todo cuidado é pouco.

Soluções para vendas!

- Acreditamos que este é um dos melhores caminhos para o SUCESSO.
 - Só depende de cada um fazer a sua parte.
 - Mas a guerra pelo PDV exige persistência

Afinal ...





marketing & comunicação