

Exposição aumenta as vendas

Quarta, 16 Fevereiro 2011 15:00 Acessos: 492



Categoria de oral care pode ser mais rentável com boa organização das gôndolas

Uma boa exposição, capaz de rentabilizar e aumentar as vendas, deve seguir alguns critérios. É preciso se preocupar em alocar as categorias de forma a favorecer o fluxo de pessoas por seção, respeitando alguns conceitos, como a árvore de decisão do *shopper*, segundo informa diretora-geral da Mind Shopper, Alessandra Lima. A seguir, a executiva dá outras dicas. “Definir o espaço de acordo com a estratégia estabelecida para a categoria, ajustar estoque da gôndola a fim de evitar rupturas na exposição”. No caso da categoria de higiene oral, o *shopper* percebe que houve uma evolução, ou seja, evoluiu para limpeza interdental e complementos. Alessandra lembra que essa categoria é composta por produtos que se dividem em quatro subcategorias: cremes dentais, escovas, fios e fitas e enxaguatórios.

“A diversidade de itens e as constantes inovações disponibilizadas pelas indústrias exigem um excelente trabalho de exposição para que o consumidor não se confunda no momento da compra e descubra todas as novidades da categoria”. Nesse caso, é preciso separar os produtos de uso adulto ou infantis, caso haja uma seção especial para os produtos para bebês, é ideal trabalhar dupla exposição dos itens de higiene oral infantil. “Dentro de cada um dos espaços, o varejista deve expor os produtos por subcategoria e posicionar cremes dentais nas prateleiras inferiores da gôndola”. Para que as vendas e a lucratividade da categoria cresçam, Alessandra recomenda ainda que escovas, fios e fitas e enxaguatórios fiquem na parte superior.



Leandro Kendy

Leandro Kendy