

Táticas para o PDV

Sexta, 14 Outubro 2011 12:01 Acessos: 632



Alguns métodos para chamar atenção do cliente e aumentar as vendas

Existem diversas formas de exposição em um ponto de venda. A certa exploração dos métodos podem ajudar o estabelecimento a vender mais. Algumas táticas são:

Cross-category:

Prática de dupla exposição de um produto, normalmente próximo a produtos de mesma marca e/ou categoria. É importante para influenciar o cliente tanto na lembrança do item ou por impulso, além de mostrar lançamentos e novidades.

Exemplo: colocar repelente infantil tanto junto com outros repelentes quanto na área das crianças.

É importante não banalizar o cross-category, principalmente em lojas pequenas, pois pode prejudicar o visual da loja.

Merchandising

É necessário avaliar a funcionalidade para que não fique apenas atrapalhando ou passe despercebido. Importante para comunicar uma categoria ou sua segmentação para facilitar a compra; informar sobre uma inovação (não uma novidade) para gerar interesse e incentivar a experimentação; comunicar um festival ou uma promoção sazonal.

Ponta de gôndola

Desperta o interesse do consumidor para levá-lo onde toda a categoria está exposta. Dar prioridade a pouca variedade de produtos de uma única marca.

Promoções

Impulsiona a compra devido ao baixo custo sem aumento do uso, ou seja, a cliente comprará mais produtos – para aproveitar a promoção – mas não usará mais absorventes. Uma boa opção é compor uma cesta de produtos de alto giro para abaixar os preços.

Fonte: Revista Guia da Farmácia edição 192 - Por: Alessandra Lima

