

Wanderlei Piné

www.dalete.com.br
wanderlei@dalete.com.br

Material de PDV

**Tudo que não é bem exposto,
não é bem visto.
Se não é bem visto, não é comprado.**

Regina Blessa

**Este material não deve ser considerado
como única fonte de pesquisa.
Use em conjunto com as observações
anotadas em classe.**

Wanderlei Piné

www.dalete.com.br
wanderlei@dalete.com.br

MATERIAL DE PONTO DE VENDA

OBJETIVO

Todos os tipos de sinalização, **displays**, ou materiais impressos, em PDV, têm como finalidade:

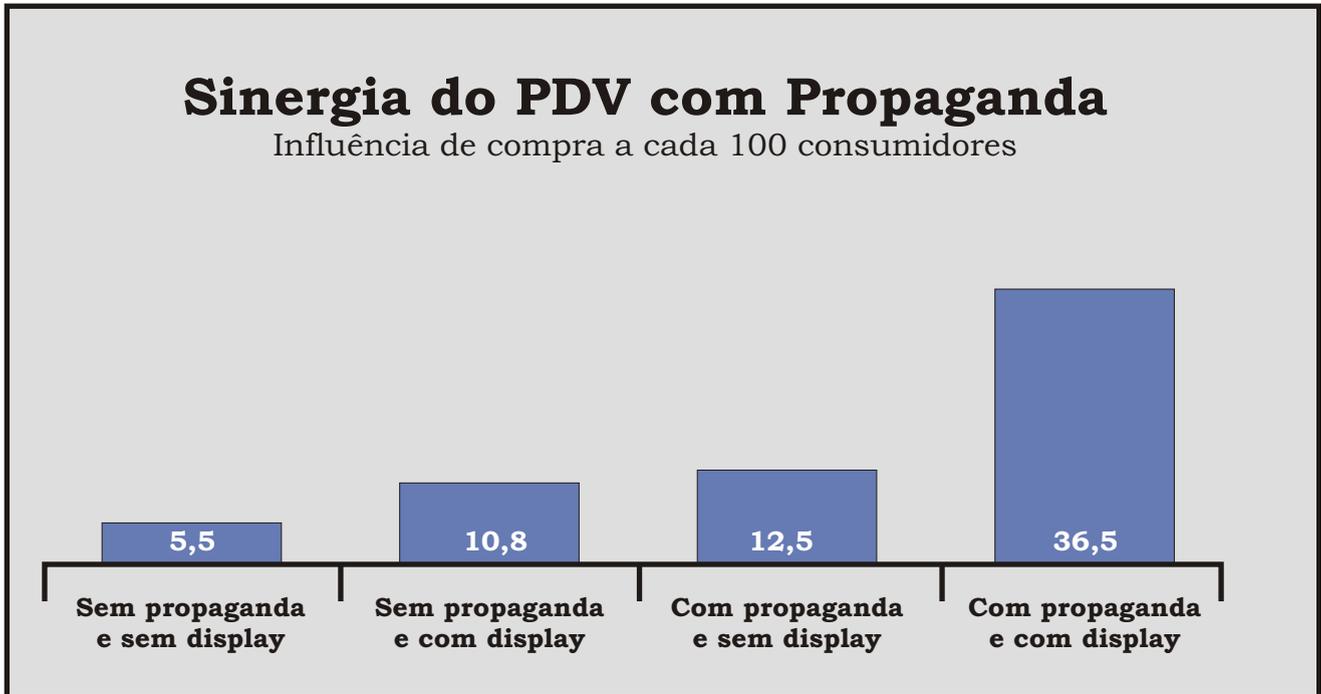
- Lembrar
- Persuadir
- Indicar posição
- Expor e
- Vender.

O material de PDV **influencia** o consumidor sobre a decisão de compra.

Os consumidores prestam atenção nos **displays**, na sinalização, nos balcões de degustação, assim como em **outras ações** dentro da loja.

Além de ajudar no posicionamento e na exposição de produtos, os materiais de PDV são a **principal arma** de uma campanha para complementar o desejo e a intenção de compra criada pela divulgação.

ESTATÍSTICAS



DADOS INTERESSANTES SOBRE PDV

Itens comercializados	3 a 70 mil
% de itens percebidos	10%
Os olhos do consumidor percorrem a	100 km/h
Tempo gasto em decisão de compra	5 seg.
Tempo médio de permanência	90 min.
% de decisão de compra dentro do SM	85%
Percepção de display estático	16%
Percepção de display animado e iluminado	37%

IMPACTO DOS MATERIAIS

Índices de memorização dos materiais promocionais de PDV.

Cartazes de ofertas de preço ou promoções	50%
Materiais em geral	44%
Cartazes	33%
Brindes (Compre isso e ganhe aquilo)	9%
Cupons	1%
Concursos e sorteios	9%
Costumam ler encartes/tablóides	86%
Planejam a compra com encartes	45%
Aproveitam as ofertas dos encartes	91%

MATERIAL DE PONTO DE VENDA

PONTOS ESSENCIAIS

Alguns pontos são essenciais para a confecção do material de PDV e sua inclusão no esquema promocional da loja:

- **CRIATIVIDADE**

O material de PDV deve ser antes de tudo, **criativo** e **bem dimensionado** para o local onde será aplicado.

- **ORIGINALIDADE**

A **concepção inédita**, tema apropriado, texto curto e fácil, **impacto visual**, farão com que sua mensagem seja bem memorizada.

- **FUNCIONALIDADE**

Simplicidade, boa acomodação do produto, montagem, colocação e **reposição fácil**, garantem a aceitação e uso pelo lojista.

TENDÊNCIAS REGISTRADAS NO MERCADO DE VAREJO.

- **Os produtos estão cada vez mais parecidos entre si.**

Não existem **diferenciais tecnológicos** ou de preço entre os produtos de um mesmo nível de categoria.

Os produtos realizam basicamente as **mesmas tarefas**, com a mesma qualidades e defeitos que seus concorrentes a preços muito próximos.

- **Os apelos de venda estão cada vez menos diferenciados.**

Todo sabão em pó lava **mais branco**, todo creme dental proporciona **hálito mais puro**, todo arroz é **mais soltinho**. Apelos diferenciados são logo copiados.

- **As marcas ainda é que fazem a diferença para o consumidor.**

As diferenças entre produtos e marcas diminuem a ponto de **sequer serem notadas** pelos consumidores.

VANTAGENS DOS MATERIAIS

Os materiais de PDV costumam lembrar e reforçar aos consumidores a mensagem publicitária vista por eles, **antes de entrar na loja**. Ampliam os efeitos da propaganda feita em outros veículos, complementando as mensagens.

Os materiais de PDV são a **melhor opção** para os fornecedores que não tem condições de fazer propaganda em mídia impressa ou eletrônica.

- **CUSTO BAIXO**

Um material feito para muitas lojas, com vida útil de um ano, custa, em média, **30 vezes menos** que uma inserção de 30 segundos em rede nacional.

- **HORA CERTA**

Os materiais de PDV focalizam o consumidor e a comercialização da mercadoria no **momento crucial** - a hora da compra.

- **MARKETING FLEXÍVEL**

Os materiais de PDV podem ser **facilmente elaborados** de acordo com a necessidade dos mercados locais, redes ou tipos de comércio específico.

COMO OBTER O MÁXIMO DE EFICÁCIA

Verifique:

- A **verba** disponível
- A **característica** do produto
- As ações da **concorrência**
- As possibilidades de **colocação** do material no varejo
- O **Público Alvo** daquele PDV
- As possibilidades de exposição do produto dentro ou fora das **gôndolas**
- A **quantidade** de PDV a que se pretende atender.

Depois de tudo bem analisado e definido, o material vai precisar:

- Ser confeccionado no **tamanho** e **tipo apropriado** para o PDV
- Ser colocado nas **áreas de maior tráfego** de público
- Evitar o conflito **Produto Exposto** x **Produto Anunciado**
- Estar ao **alcance do olhar** (no ângulo de visão apropriado)
- Ser exposto sobre os produtos de **forma acessível**, sem dificultar a pega.

CONFECÇÃO DE MATERIAIS DE PDV

- **Faça-o simples e interessante**

Cada peça tem **limitações** devido a seu tamanho e colocação e precisam ser bem calculadas para **aproveitar** o espaço disponível da melhor maneira possível.

- **Mantenha o foco na simplicidade**

Muitas idéias, imagens ou textos, confundem o consumidor e resultam num **recall baixíssimo**. **Concentre** sua peça numa idéia clara e compreensível a distância.

- **Crie uma imagem dominante**

Use sempre um **elemento-chave** forte em sua comunicação. Mesmo que não consiga ler, o consumidor **reconhecerá** imediatamente de que produto se trata.

- **Diminua a poluição visual**

Inclua apenas elementos **essenciais** na comunicação. Seu material estará competindo com **milhares de embalagens chamativas**. Quanto mais carregado e cheio de imagens estiver seu material, menos ele aparecerá.

CONFECÇÃO DE MATERIAIS DE PDV

- **Use cores contrastantes, diferentes e brilhantes**

Esses tipos de cores se sobressaem no meio do já **poluído cenário** das prateleiras. Brancos e pretos contrastam, aparecem, mas não criam um clima **desejável de compra**.

- **Faça do produto um herói**

Faça a embalagem parecer **maior** nos cartazes. Escolha closes com parte da embalagem ou crie embalagens **tamanho família** para engrandecer o produto.

- **Use letras grandes e legíveis**

Mais pessoas enxergarão seu material se as letras e as chamadas forem impressas em **tipos legíveis** à distância de três metros.

- **Chame o consumidor para si**

Convença os consumidores do porquê eles devem **levar o seu produto**. Ofereça benefícios e explique a razão para isso.

CONFECÇÃO DE MATERIAIS DE PDV

- **Segure a atenção das consumidoras**

Chamadas **fora do comum**, divertidas e criativas seguram a atenção das compradoras.

- **Não se prenda a regras**

Como num outdoor, você **pode inventar** à vontade. Você vai reconhecer um *stopper* quando vê-lo. Sua criação tem que ter união de uma bela e **simples imagem** com um texto curto e grosso.

- **Considere o ambiente onde a peça será exposta**

Imagine-se fazendo compras e vendo. Compare o que a concorrência já fez com o que você pretende fazer. Olhe com **olhos de consumidor** tudo o que lhe chamou atenção e repare com olhos de publicitário nas falhas que os consumidores não perceberam.

- **Aproveite bem todos os espaços que a loja permitir**

Frentes de **balcões promocionais** não são só para por o nome da empresa, mas para mostrar o apetite, a sede, a beleza ou o benefício que este produto demonstrado proporcionará ao consumidor que se aproximar. O consumidor deve **sentir vontade** de experimentar a amostra cinco metros antes do balcão.

MATERIAIS DE PDV

- **DISPLAY**

A função do **display** é colocar o produto em evidência.

O display deve apresentar, como qualidade primordial, a aparência de uma **unidade** onde vários produtos expostos se integrem, mas ao mesmo tempo discriminem no ambiente, **atraindo** a atenção.

Um dos primeiros displays de que se tem notícia, é o totem do **índio americano** nas lojas de tabaco dos Estado Unidos, do início do Século XIX.

Daquele tempo para cá, seu uso foi ficando cada vez mais necessário, para **chamar atenção** dos passantes e alavancar vendas nas lojas.

Apesar de sua importância, até o início da década de 80, o **merchandising** era desprezado pelo marketing e considerado irrelevante pelas agências de propaganda.

MATERIAIS DE PDV

- **TIPOS DE DISPLAYS**

Os materiais promocionais são separados em **três categorias**:

PERMANENTES

Feitos **sob medida** para complementar espaços nas lojas ou para criar pontos extras.

Geralmente são feitos de arame, aço, alvenaria, vidro, acrílico, resina ou outro **material resistente** para durar, pelo menos um ano na loja.

SEMI-PERMANENTES

Ficam aproximadamente **seis meses** nas lojas, para promoções duradouras ou suporte de produto.

Podem ser feitos de papelão, madeira, aço, arame.

TEMPORÁRIOS

Ficam apenas **algumas semanas** expostos, para dar suporte a alguma promoção ou campanha de propaganda.

São geralmente feitos de papelão ou plástico e tem **vida útil curta**.

MATERIAIS DE PDV

- **DISPLAY DE CHÃO**

São todos os grandes *displays*, independente de gôndolas, que ficam **apoiados no chão**. A maioria toma em média um metro quadrado de espaço na loja, ocupando cantos ou corredores.

- **DISPLAY DE BALCÃO**

São aqueles utilizados em lojas especializadas que costumam fazer atendimento personalizado, onde ficam expostos os **testadores** ou produtos sobre os balcões.

- **DISPLAY DE PRATELEIRA**

Semelhantes ao display de balcão, eles necessariamente precisam **encaixar-se** no tamanho das prateleiras dos supermercados ou lojas.

- **DISPLAY COM CESTÃO**

Geralmente de papelão ou arame, têm grande sinalizador com **cesto** ou **caixa** para depósito de produtos.

MATERIAIS DE PDV

- **DISPLAY DE PONTA DE GÔNDOLA**

Devem ser feitos sob medida, com a negociação e a **permissão** da loja.

A **ponta de gôndola** é o local mais cobiçado para expor um produto ou uma linha de produtos da mesma empresa.

No Brasil, é sinônimo de **promoção** ou **preço baixo**.

A maioria dos consumidores entende que comprar o que está na ponta de gôndola é **vantajoso**, por isso este espaço é alugado.

- **DISPLAY DE CHECK OUT**

São usados por produtos que paguem o ponto extra. Por ser área de **parada obrigatória**, tem alto impulso e alto giro.

Em padarias e bares, são usados para produtos de **consumo especial**, como cigarros, chicletes, pilhas e outros que ficam acima ou ao redor da caixa registradora.

Podem ser **dispensers** para cigarros, balas, adesivos, etc.

MATERIAIS DE PDV

- **DISPLAY DE LINHA**

Feitos em qualquer material, expõem **toda linha** de produtos correlatos e agregam a novos produtos a imagem da empresa.

- **DISPLAY - CAIXA DE EMBARQUE**

Caixa com dupla utilidade: são caixa de **transporte** que, ao chegar ao PDV, são transformados em **display**.

- **DISPLAY INTERATIVO**

Stands ou terminais computadorizados onde o consumidor obtêm informações, divulgações, etc. **sem auxílio** de vendedor.

MATERIAIS DE PDV

- **ADESIVO**

Pode ser **colados** em qualquer lugar e, alguns com cola especial, são colados no chão (floor door).

- **BALCÃO PARA DEMONSTRAÇÃO**

Stand pequeno, para uma **demonstradora**, usado para divulgação personalizada de produtos.

- **BANDEIROLAS**

Para **decorar** teto da loja ou sinalizar evento.

Pouco aceitas em SM, mas **funcionam bem** em pequeno varejo e automotivos.

- **BANDEJA PARA DEGUSTAÇÃO**

Suporte preso ao ombro para **degustação rápida**. Prática, móvel e de baixo custo.

- **BANNER e FAIXA**

Sinalizadores de qualquer tamanho feito em papel, plástico, tecido. Geralmente esticado entre dois roletes de madeira. **Banner** é vertical e **Faixa** é horizontal.

MATERIAIS DE PDV

- **CARTAZ DE CARRINHO**

Cartaz colocado à frente do **carrinho de compra**, como lembrança ao consumidor.

- **CUPOM**

Folheto distribuído ao consumidor, oferecendo descontos, brindes, sorteios, a serem trocados depois.

Podem vir anexos a embalagem, **encartados** em jornais e revistas ou por mala direta.

- **FAIXA DE GÔNDOLA**

Faixa que informa a **presença** de produto na prateleira.

Serve, também, como **delimitador** de espaço entre produtos concorrentes.

Deve ser feita em cores contrastantes com a embalagem e ter **texto curto** com tipos grandes e divulgar alguma qualidade do produto.

MATERIAIS DE PDV

- **INFLÁVEIS**

Displays plásticos infláveis que representam a **embalagem** ou **ícone de produto**. Podem ser usados também ao ar livre.

- **IN STORE MÍDIA**

Veículo de propaganda ou promoção colocados dentro das lojas, como TV em **circuito fechado** exibindo comerciais, rádio com programação especial (com locutor no local).

- **LUMINOSOS**

Podem ser **internos** como relógios, painéis, em neon, acrílico.

Externos são colocados em topos ou fachadas de edifícios para divulgação noturna.

Podem ser:

Back-light, sinalização plástica ou acrílica com a iluminação por trás da comunicação.

Front-light, placas pintadas, iluminadas frontalmente por holofotes.

MATERIAIS DE PDV

- **MÓBILE**

Peça promocional sustentada por fios que ficam **dependurados** no teto ou entre gôndolas.

Não funcionam em SM, devido a altura do pé direito, sendo melhor aproveitado em lojas de conveniência e **pequenos mercados**.

Móviles são mais utilizados para **marcas** e **imagens**. Devido a altura e movimento, dificulta a leitura de mensagens.

- **PAPEL FORRAÇÃO**

Papel ou plástico com motivos **repetitivo** (marca ou nome do produto) usado para decorar ilhas, ponta de gôndola, pilhas de caixa, etc.

O **motivo deve ser grande** para ser visto a distância.

- **SINALIZAÇÃO**

Para **vitrine** ou **porta da loja**, são todos os tipos de cartazes ou adesivos que informam produtos ou promoções.

Devem ser escolhidos **poucos itens** para evitar poluição visual.

MATERIAIS DE PDV

- **SINALIZADOR DE ILHA**

São **cartazes** rígidos ou duplos que podem ser colocados em várias posições na loja.

Podem ser **fixados com pedestal** no meio de uma ilha, sinalizando pilhas ou até como **top** de ponta de gôndola.

- **STOPPER**

Sinalizadores feitos de cartão ou plástico encaixados nas pontas das prateleiras, no sentido **perpendicular**, como “orelhas” para fora da gôndola.

São atrativos, funcionais e podem ser **percebidos** a distância pelo consumidor.

- **TAKE ONE**

Caixinha aberta onde se colocam **panfletos** para serem pegos pelos consumidores, nas prateleiras e balcões.

- **WOBBLER**

Semelhante ao Stopper, possui uma lingüeta plástica transparente que dá, à peça, movimento chamando a atenção.