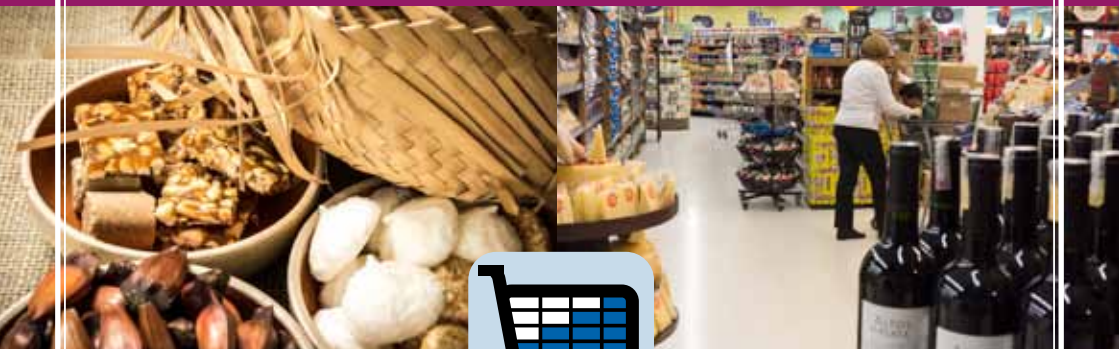




Inverno e Festas Juninas

Aquecendo as vendas sem perdas



Introdução

As festas juninas são ótimas oportunidades para alavancar as vendas, lojas decoradas e bem abastecidas com produtos típicos estimulam a venda de outros produtos, portanto devemos ficar atentos no piso de vendas, áreas internas e depósitos, pois teremos um grande fluxo de clientes e prestadores de serviços em nossas lojas e com isso, provavelmente poderemos ter oportunidades de furtos e desvios. Nessa ocasião, a parceria entre a indústria e o varejo é imprescindível para que toda a decoração orne com a festividade e nada passe despercebido.

As comemorações nesta temporada coincidem com o período em que boa parte dos brasileiros retira os casacos dos roupeiros, acende as estufas e lareiras e abre um vinho tinto. É hora de aproximar os vinhos de itens que costumam serem vendidos nas festas juninas como rapadura, pinhão, pipoca e amendoim. Cabe lembrar que o vinho também é um dos ingredientes de duas delícias indispensáveis para o período: o sagu e o quentão (vinho quente).



Planejando

- ✓ Planejar, definir as ações para serem trabalhadas no período.
 - ✓ Desenvolver os materiais (banners, cartazes, folders) para serem usados nas lojas.
 - ✓ Caracterizar a vestimenta dos funcionários com o uso de figurino típico levará o cliente a perceber que a data está se aproximando.
 - ✓ Organizar escalas, intensificar a Prevenção de Perdas em todos os pisos da loja em todos os horários, principalmente nos intervalos de almoço e do jantar.
 - ✓ Intensificar rondas na áreas internas e nos depósitos;
 - ✓ Intensificar as chamadas de segurança;
 - ✓ Explorar as técnicas de promoção.
- Técnicas de Promoção

Cross Merchandising

Produtos compatíveis, um ao lado do outro. Levam o consumidor a compra produtos que buscava e outros que sequer havia cogitado, mas que por estarem próximos são lembrados, e a intensificação da compra por impulso.

Pontos extras

Aumenta a visibilidade do produto e causa impacto; cria um ambiente atrativo, apoia e informa sobre promoções para aumentar as vendas. Exemplos: ilhas, pontas de gôndola e a distribuição dos vinhos em caixas em pontos estratégicos no interior da loja.

Podem ser tanto próximos aos caixas - para estimular a compra por impulso (oportunidade) - ou em pontos de grande circulação de consumidores.

Descontos

Para que a redução de preço cumpra com o seu objetivo de aumentar a venda de um determinado produto, é importante comunicá-la de forma clara. Por exemplo: na categoria dos vinhos é fundamental que o consumidor conheça o preço anterior para perceber o desconto que está sendo oferecido.

Kits Promocionais

Ferramenta para potencializar as vendas. Oportuniza que o consumidor compre um pouco mais do que o faria



Degustações ou experimentações

- ✓ Convida e incentiva o consumo
- ✓ Torna o produto mais popular
- ✓ -Vence “resistências” do cliente que se vê compelido a comprar
- ✓ Alivia grandes estoques da loja e aumenta vendas
- ✓ Fornecer informações sobre itens básicos dos produtos. O atendente deve ter o conhecimento necessário para tirar dúvidas que podem surgir após a experimentação

Materiais de ponto de venda (PDV)

Displays, materiais impressos, sinalização são materiais de PDV influenciam a decisão de compra, pois chamam a atenção do consumidor. Finalidade: relembrar, persuadir, indicar posição, expor e vender.

ATENÇÃO REDOBRADA

Aumento no Fluxo de Pessoas

✓ Os colaboradores da área de vendas e os fiscais devem redobrar a atenção, pois haverá aumento na circulação de pessoas nesta época.

✓ Organizar escalas, onde teremos Prevenção de Perdas em todos os pisos da loja em todos os horários, principalmente nos intervalos de almoço e do jantar.

✓ Reforçar a segurança. Pessoal da segurança deve participar em todas as ativações de alarmes e comunicação, aferindo seus funcionamentos.

✓ Programar rondas na áreas internas e nos depósitos;

✓ Intensificar as chamadas de segurança;



Exposição com segurança

✓ A grande exposição dos produtos atrai consumidores, mas também interessado em furtos. Para prevenção é importante o uso da proteção eletrônica - etiquetas adesivas, etiquetas rígidas, funcionários com presença intensiva e posicionamento dos produtos de maior valor próximo às câmeras filmadoras.

✓ As exposições das ilhas devem ser seguras.

✓ Evite deixar a exposição sem produtos, repor de imediato os de maior saída.

✓ Inverter o posicionamento dos produtos nas gôndolas tanto na altura das prateleiras como e, sobretudo adotando o sistema PVPS. Pri-

meio que Vende é o Primeiro que Sai. Apresentar o produto de forma organizada e que facilite o manuseio, explorando uma boa visualização.

✓ Quanto maior a exposição, maior a venda, seja com uma boa visibilidade na gôndola ou ações promocionais e de marketing.

Operações de Caixa

✓ O monitoramento de eventos como cancelamentos de cupom ou itens devem ser acompanhados pela gerência da loja e também pela Prevenção de Perdas.

✓ Atenção nos registros corretos de pack de cervejas e refrigerantes e sempre chamar o fiscal de caixa para verificar as quantidades de packs dentro dos carrinhos de compras.

✓ Atenção a caixas abertas, violadas e troca de etiquetas;

Evitar perdas observando se há produtos escondidos no carrinho de compras ou no interior de outra embalagem;

✓ Medida como a certificação do código de barras ajuda a verificar se o padrão do produto está dentro dos critérios estabelecidos e garantir a qualidade de leitura.

✓ Orientar o operador para efetuar o registro unitário dos produtos;

✓ Retornar os produtos abandonados na frente de caixa o mais breve possível, sobretudo os perecíveis.

Produto Alto Risco (PAR)

✓ Manter produtos PAR dentro da área segregada.

✓ Utilizar acessórios de proteção para PAR (etiquetas de proteção, fitas ciclop, lacres etc.); verificar se todos os PAR possuem os acessórios antifurto. Caso não, verificar em parceria com a loja a medida mais adequada para a situação;

✓ Realizar rondas periódicas na área de vendas, principalmente em locais de baixa circulação e exposição de PAR;

✓ Atenção com os carrinhos montados (gaiolas), pois os PARs ficam encobertos, dificultando a visualização.

Decoração

Investir em decoração e exposição nos supermercados para atraírem os consumidores. A decoração pode variar: bandeirolas, balões juninos, rodas de carroça. Na colocação da decoração e montagem das barracas, cuidado para não atrapalhar o alcance dos circuitos de câmeras de segurança.

Dicas Estratégicas

✓ Campanhas com grande criatividade peculiares às festas. Montar uma ação criativa com o mínimo de risco envolvido

✓ Aproximar-se ao máximo de seu consumidor. Analise o perfil do cliente antes de montar uma estratégia de forte apelo dentro do ponto de venda.

✓ Demonstrar ao cliente que o supermercado está comprometido e envolvido com os momentos festivos desta sazonalidade.

✓ Uma estratégia fundamental é atrelar a campanha ao público infantil.

✓ Supermercados com bastante espaço ao ar livre tem a opção de montar ações mais elaboradas.

✓ Para alegrar o momento e na tentativa de conquistar os consumidores, podem explorar os sentidos:

● **olfato:** com cheiro de pipoca, amendoim etc.

● **audição:** transmitir pelo sistema interno de áudio, músicas atinentes à data. (Verificar se é preciso autorização em razão dos direitos autorais.

● **paladar:** estimular através da degustação de produtos sazonais

● **visão:** decoração, iluminação, cartazes alegres e coloridos. O cliente come com os olhos.

● Atraia o cliente, crie um ambiente agradável que faça com que o cliente fique com mais vontade de consumir:

● Sanfoneiros tocando forró pé de serra

● Distribuição de pipoca

● Brincadeiras (boca do caipira, argolas e pescaria).

● Caracterização do caipira (pintura no rosto)

● Degustações de produtos.

O importante é que o supermercadista saiba adequar a sua proposta ao espaço disponível e às características do seu público. Ilha ou área reservada na ponta de gôndolas, o importante é levar ao conhecimento do consumidor as novidades e ofertas da loja.



PRODUTOS QUE NÃO PODEM FALTAR NESTAS FESTIVIDADES

Fazem parte do cardápio desta época: arroz doce, bolo de amendoim, bom-bocado, broa de fubá, cocada, pé-de-moleque, quentão, vinho quente, batata doce e muito mais.

Milho

✓ Vale a pena investir na divulgação do produto em ilhas, quiosques, pontas de gôndolas e barraca. Na exposição, destacá-lo entre outros itens.

✓ Ouse na degustação.

✓ Lembrar o consumidor do uso do milho em diversos pratos típicos auxiliará nas vendas. Milho é a base da culinária das festas juninas.

Pipoca

✓ O segmento de pipoca para micro-ondas é o que mais cresce.

✓ Distribuir pipoca quentinha aos consumidores da loja proporcionará a venda por impulso.

Queijos

✓ Alimento polivalente, o queijo pode acompanhar massas, carnes e até mesmo saladas.

✓ É na estação que cresce o consumo de queijo, uma iguaria perfeita pra combinar com frios e vinhos.

✓ Exposição com suas variedade e tipos.

Baixe a cartilha Conheça Queijos - Dicas para prevenção de perdas e aumento de vendas no portal - www.escolaabras.com.br



Coco

✓ Oferecer coco ralado, leite de coco, Utilizado em doces e bolos

Amendoim

✓ Com casca e sem casca

Variedade dos doces

✓ Paçoca, doce de leite, pé-de-moleque e doce de amendoim.

Cerveja

✓ O clima mais frio e as comidas de sabores temperados sugerem cervejas do tipo Pilsen, consumidas nestas festividades. Destacam-se nas vendas as cervejas mais densas e encorpadas.

✓ As cervejas de tipo Bocks são perfeitas combinações com canjica, pamonha, curau, cuscuz.

✓ O produto atende a uma grande procura do consumidor para acompanhar os churrasquinhos nas festas em família ou na comunidade.

Pratos típicos prontos ou venda de ingredientes

✓ Provoque a compra de ingredientes especiais para preparo de pratos típicos distribuindo receitas ou oferecendo degustação dos mesmos.

✓ Para os que preferem preparar pratos especiais, a loja deve oferecer também os ingredientes necessários: leite de coco tradicional e light, leite condensado, creme de leite, fubá, canjica e farinha de milho.

✓ Nas rotisseries ou padarias oferecer bolos de fubá, milho, mandioca e coco, broa de milho e cocada, pamonhas.

✓ Faça parcerias, conte com as indústrias e invista em novas ideias que vão chamar a atenção do público.

✓ Aulas de culinária e entregas a domicílios são outros diferenciais que ajudam a elevar ainda mais as vendas.

✓ As receitas variam de acordo com a região do país, com a oferta de produtos e a cultura local. Atente para os nomes regionais: o que é conhecido como canjica por grande parte dos brasileiros é chamado de mugunzá pelos nortistas e nordestinos. E o que é canjica no Norte e no Nordeste, é conhecido no restante de país como curau.



Produtos orgânicos - tendência de consumo

As gostosuras destas festas podem causar problemas na boa forma e comprometem a saúde de alguns clientes, sem sair da dieta.

✓ Sugestões para uma festa junina light: leite desnatado, margarina light, adoçantes, alimentos de milho em vez dos que contém amendoim.

✓ Demonstrar a qualidade nutricional de cada produto ou prato.

✓ Oferecer também pratos saudáveis à base de milho, com uso de leite desnatado e açúcar orgânico.

✓ Funcionários distribuem folders e explicam aos clientes os benefícios de produtos à saúde, além de indicarem cuidados no consumo de outros que oferecem riscos à saúde. Isto aproxima clientes.

✓ Faça campanha dos itens light e com pouca gordura, isto pode elevar as vendas.

✓ Disponibilize uma exposição de produtos integrais na padaria da loja, tanto prontos como a granel. Numa cesta de vime coloque notas informativas de produtos integrais, em descrição breve das principais características de produtos como sal marinho, açúcar mascavo, linha, gergelim, castanhas, aveia e outros.

✓ Castanhas, nozes e amêndoas ricas em ação antioxidante que ajudam a combater o envelhecimento precoce, colesterol e a redução do risco de doenças cardiovasculares.

✓ Frutas frescas imprescindíveis para a manutenção da saúde, como amoras, morangos, uvas, ameixas, cerejas, ricas em substâncias benéficas à saúde.

Outros produtos que oferecem um bom giro

✓ **Bebidas quentes:**

● Cafés e suas variações (cappuccino, mocachino, grãos, etc);

● Achocolatados;

● Chás e suas variações;

● Opções para sopas, in natura e kits processados de legumes e verduras.

● Massa para Tapiocas: não esqueça esse produto está tendo um giro muito alto, é tipicamente nordestino, além de veiculação na mídia de produto saudável

● FLV: milho verde na palha, pinhão, inhame, canjica branca, batata doce e coco seco.



● Chocolate - Muito procurados para fondues. Favorito das crianças o chocolate é um artigo requisitado no inverno. Apresentar em diferentes versões.

● Frios, salsichão, linguiça, queijo coalho.

● Copos e pratos plásticos descartáveis - intensifique a campanha de venda de produtos que não podem faltar na festa junina do cliente.

● Itens para cuidar da pele e maquiagens - Uma gôndola bem organizada facilita a escolha da cliente e eleva o giro dos produtos mais consumidos pela mulher, como batom, rímel, blush, esmaltes, shampoos, condicionadores e cremes para cabelo.

● Alavancar ações e promoções não só de produtos típicos, mas de tudo que é vendido em supermercados, desde itens para o café da manhã e higiene pessoal a hortifrútis, carnes, gomas e massas de mandioca, fubá, bolo pé-de-moleque, milho e macaxeira (mandioca ou aipim).



Vinhos - Produto em Destaque no período

As comemorações nos meses de junho e julho coincidem com o período em que boa parte dos brasileiros retira os casacos dos roupeiros, acende as estufas e lareiras e abre um vinho tinto.

Pensando nesta sazonalidade das vendas é aconselhável que sejam dados espaços generosos a estes produtos que costumam ter boa rotatividade nas gôndolas.

Outra dica é aproximar os vinhos de itens que costumam serem vendidos nas festas juninas como rapadura, pinhão, pipoca e amendoim. Cabe lembrar que o vinho também é um dos ingredientes de duas delícias indispensáveis para o período: o sagu e o quentão (vinho quente).

Vinho e Saúde

Os médicos recomendam o consumo regular e moderado de vinho: um elixir para o organismo.

Aproveite e promova uma ótima campanha de vendas!

Prepare o local/ambiente da empresa com as seguintes características:

- ✓ Ambiente agradável e de fácil localização.
- ✓ Som de fundo, em tom baixo, com cantigas típicas.
- ✓ A loja terá uma vitrine cuidadosamente decorada para atrair os clientes passantes;

- ✓ Variedade de produtos disponíveis;

- ✓ Quantidade de produtos atendendo as expectativas;

Estímulo às compras por impulso:

- ✓ Aproximar os vinhos da área do açougue.
- ✓ Vinhos brancos com peixes.
- ✓ Tintos perto de extrato de tomate, massas e queijos.
- ✓ Espumantes moscatéis próximos a doces e itens para sobremesa.
- ✓ Vinhos combinados com queijos.
- ✓ Vinhos próximos a saca-rolhas.
- ✓ Ostras: vinhos brancos maduros ou espumantes secos
- ✓ Frutos do mar: brancos nervosos como Sauvignon, Chardonnay ou espumantes.
- ✓ Entradas compostas de carnes brancas: vinhos brancos secos jovens ou espumantes Brut (rose e branco).

Vinhos de mesa ou fino

Bordô, Isabel e Niágara tem espaço garantido no mercado e no paladar de grande parcela de consumidores. Boa parte do consumidor de vinhos de mesa é um potencial comprador de vinhos finos, espumantes e sucos de uva.

Os vinhos finos por terem uma estrutura mais complexa e, em regra, podem ser guardados por mais tempo.

Armazenando os vinhos

- ✓ As garrafas devem ser mantidas a uma temperatura fresca e constante.

- ✓ O cuidado mais importante é com a temperatura. Expor a bebida a extremos de frio e calor pode danificá-la.



- ✓ Incidência de luz. Manter os vinhos longe de raios solares e de luz artificial intensa. Além de aquecer, pode alterar a estrutura do vinho.
- ✓ Manter os vinhos longe de produtos que possam transferir aromas às garrafas, como produtos de limpeza ou queijos de cheiro forte.
- ✓ O espaço onde os vinhos ficam alojados deve estar livre de vibrações ou trepidações.
- ✓ O ideal é que as garrafas fiquem em posição horizontal, garantindo que a rolha permaneça em contato com o líquido. Se forem mantidas de maneira adequada nas adegas ou prateleiras, vai convidar mais pessoas à compra e à degustação.
- ✓ Manter os produtos limpos, com os rótulos em perfeitas condições. Muitas vendas são perdidas pela má impressão que uma garrafa suja passa aos consumidores.
- ✓ Ao repor produtos, efetue o remanejamento das garrafas.
- ✓ Sempre que um produto não estiver em boa aparência (rótulos rasgados cartuchos amassados) deve-se providenciar a troca. O responsável procurará saber onde está o problema para saná-lo.
- ✓ Nunca marque em cima do rótulo. Ao retirar a etiqueta, o consumidor pode rasgar o rótulo. Nos cartuchos procure etiquetar em cima

de informações importantes sobre o produto, como teor alcoólico, método de elaboração etc.

Expondo o vinho no PDV

O vinho apresenta grande sortimento com rentabilidade superior à maioria das bebidas. Muitos supermercadistas estão ampliando a área de vendas e customizando espaços destinados ao produto.

Ações que geram resultados positivos

✓ Formação de Atendentes - oportunizar a formação ou capacitação de funcionários para oferecer atenção especializada e individualizada ao consumidor atendendo seus rótulos preferidos. Os atendentes devem ter é o respeito pelo gosto e as preferências de cada um dos clientes.

✓ Promoções em datas especiais e reserva de espaços maiores nas lojas neste período que aumenta a procura pelos vinhos.

✓ Área com ambientação convidativa, que favorece a escolha dos rótulos que mais agradam, com preços competitivos e facilidade no pagamento.

✓ Exposições de vinhos dando ênfase a um país diferente, divulgando na mídia potencializam as vendas.

✓ Distribuição de encarte comercial com vinhos a fim de estimular as vendas e degustações.

Reposição e organização da gôndola

✓ A venda em supermercados exige cuidado na exposição, com informações precisas e de fácil visualização, além de uma organização que seja atrativa ao consumidor.

✓ A técnica para agrupamento considera itens como país de origem, tipo de vinho (tinto, branco e espumante), preço, tipo de embalagem etc.

✓ Levar em conta o perfil de público para direcionar os produtos adequados aos seus clientes.

✓ Outra sugestão é a organização de produtos com afinidade a diferentes situações de consumo, peculiaridades da culinária regional.

✓ Combinação clássica do vinho tinto para as carnes vermelhas e massas com molhos de tomate, ou os brancos para frango e peixes sempre são dicas válidas e que facilitam a escolha do consumidor no ponto de venda.

✓ Manter espaços proporcionais: 30% do espaço para espumantes, 20% para vinhos brancos e 50% para os tintos.

Queijos e Vinhos Dicas de harmonização

Identificar e agrupar os mais diferentes tipos de queijos é o primeiro passo para o sucesso da sua harmonização com as variedades enormes de vinhos.

Os especialistas recomendam o seguinte:

✓ Os queijos frescos e curados se dão melhor com vinhos brancos leves, secos e com nível de acidez elevado, como os Sauvignon Blanc e Chardonnay.

✓ Os bancos moles se equilibram bem com os espumantes por causa da contraposição entre o sal do queijo e a efervescência do vinho, mas também harmonizam bem com os vinhos Riesling e Gewürztraminer.

✓ Os queijos semimoles podem se conciliar bem com os brancos de forte aroma, bem como os tintos leves e frutados.

✓ Os queijos duros, por ter sabor com maior presença e complexidade, estão mais propícios à harmonização com vinhos tintos encorpados, pois sua acidez e nível de sal controlado não conflitam com o corpo dos tintos. Os clássicos Chianti e Bordeaux são uma excelente pedida.

✓ Por fim, os azuis produzem maior satisfação quando acompanhados pelos vinhos doces como o Porto Vintage e Sauternes.





Fontes:

www.vinhosdobrasil.com.br e www.clubedovinhos.com.br

A Escola Nacional de Supermercados disponibiliza em seu portal um curso específicos de Queijos, além de cartilhas com dicas de prevenção de perdas e vendas.

Acesse *www.escolaabras.com.br*

Outros produtos que oferecem um bom giro

- ✓ Bebidas quentes: cafés achocolatados e chás
- ✓ Chocolate - produtos eleva os níveis de felicidade e é fonte de energia.
- ✓ Copos e pratos plásticos descartáveis - intensifique a campanha de venda de produtos que não podem faltar na festa junina do cliente.
- ✓ Itens para cuidar da pele e maquiagens - ambientação da loja convidando a cliente a ficar mais bonita para as festas juninas também é fundamental. Uma gôndola bem organizada facilita a escolha da cliente e eleva o giro dos produtos mais consumidos pela mulher, como batom, rímel, blush, esmaltes, shampoos, condicionadores e cremes para cabelo.
- ✓ Envolve os fornecedores em promoções e negocie a presença de promotoras que auxiliem a cliente na compra.

As datas sazonais garantem um aumento de venda que pode ser intensificado com estratégias. Aqui, o que vale é a criatividade para se diferenciar da concorrência.

É preciso também treinar os colaboradores. O atendente precisa de incentivo, motivação e reconhecimento. A hospitalidade é transmitida do dono ou gerente para sua equipe, e em seguida transferida aos clientes.

A Escola Nacional de Supermercados coloca à sua disposição cursos online e presenciais nos diferentes temas necessários a sua empresa, além de cartilhas com dicas de prevenção de perdas nas vendas.

Acesse *www.escolaabras.com.br*

Contate-nos: *escola@abras.com.br*
skype: escola.abras



Comitê Abras de Prevenção de Perdas

Gestão Fernando Yamada - 2015

Vice-presidente - Pedro Joanir Zonta

Coordenador - Carlos Alberto Rizzolli

Coordenador da cartilha:

Marcos Manéa - Gerente da Abras

Produção de conteúdo:

Marcos Manéa

Rejane Zuchinali Cassales - Coordenadora Pedagógica

Cursos online gratuitos disponíveis na Escola Nacional de Supermercados Abras

ESCOLA NACIONAL DE SUPERMERCADOS
Centro de Referência em Treinamento

CPF: _____ Senha: _____

Fazer Cadastro | Tomar senha | Esqueci minha senha

Home | Cursos Online | Cursos Presenciais | Meu Histórico | Cadastro | Fale Conosco | ENB | Formação de Multiplicador

JÁ DISPONÍVEL! **CURSO GRATUITO**

Aprenda como evitar perdas na seção de FLV - Frutas, Verduras e Legumes.

ACESSE AGORA!

DICAS PARA SUPERMERCADISTAS
Faça o download e divulgue

NPF Tendências 2015 **CLIQUE AQUI!**

Rentabilizando com Marcas Líderes **CLIQUE AQUI!**

Resultado da pesquisa por venda líquida
Resultado da pesquisa por venda bruta
Veja as apresentações

II Fórum de Prevenção de Perdas

2014
Workshop **ALIAS**
Associação Brasileira de Supermercados

GRÁTIS **COMO REALIZAR UM CURSO ONLINE NESSE PORTAL**
Clique e confira

SUPERMERCADISTA
EXISTEM PROFISSIONAIS CAPACITADOS PRONTOS PARA TRABALHAR EM SUA LOJA

Para maiores informações: **Clique aqui.**

©2008 - 2011 - ABRAS - Associação Brasileira de Supermercados

- Açougue em Supermercados
- Atendimento em Supermercados
- Empacotador
- Estoque e Armazenamento de Mercadorias
- Exposição e Reposição de Mercadorias em Supermercados
- Formando uma Equipe com Postura Vendedora
- Frios e Laticínios em Supermercados
- Frutas, Verduras e Legumes em Supermercados
- Higiene e Saúde
- Introdução Básica ao Varejo Supermercadista
- Lidando com Equipes em Supermercados
- Mercearia em Supermercados
- Operação de Check-out
- Padaria e Confeitaria
- Peixaria
- Prevenção de Perdas em FLV
- Prevenção de Perdas em Supermercados
- Rotisserie em Supermercado
- Trabalhando com Queijos em Supermercados

Acesse:
escolaabras.com.br



www.escolaabras.com.br

