

Dicas - Floricultura

COMO MELHORAR A EXPOSIÇÃO
DOS SEUS PRODUTOS



Sumário

INTRODUÇÃO.....	3
1 – Composição.....	4
2 – Organização.....	5
3 – Técnicas de Triangulação.....	6
4 – Zona quente e fria.....	7
5 – Ponto Focal.....	9
SOBRE A UATT?.....	12

Introdução

Montamos este Guia com o intuito de colaborar com o desenvolvimento e organização de sua floricultura. Pois a melhor maneira de acolher e envolver os clientes que entram em sua loja, é criar um ambiente que ele se encontre, que esteja organizado e com seus produtos expostos da melhor maneira.

Segundo o Point of Purchase Advertising Institute 71% das decisões de compras são tomadas no ponto de venda, ou seja, dentro de sua Floricultura. Este número deixa claro a influência do ambiente comercial na decisão de compra do cliente.

Agora que você já sabe a importância de ter sua floricultura bem organizada é agora de conferir e colocar em práticas as dicas do nosso guia.

Boa leitura e boas vendas!

Composição

Nós, seres humanos, somos muito visuais. Uma composição mais harmônica, seja ela de cores, formas, alturas, etc., nos agrada mais, nos atrai, conquista nossos olhos.

Isso, dentro do seu ponto de venda significa, que uma ORGANIZAÇÃO mais HARMÔNICA, AGRADA os olhos do cliente, gera INTERESSE e CURIOSIDADE e isso tudo o leva a uma ação – a COMPRA.

DICA: Organize seus produtos em sua Floricultura seguindo uma harmonia de cores e na exposição confira um pequeno exemplo na figura abaixo.



Organização

Depois de organizar seus produtos por composições de cores, é hora de organizar sua loja. Separamos aqui um exemplo de organização de uma Floricultura.

Essa organização foi realizada pela [equipe da Uatt?](#) com a implementação do [projeto Uatt?+](#) em uma floricultura em Brusque – SC.

antes



depois

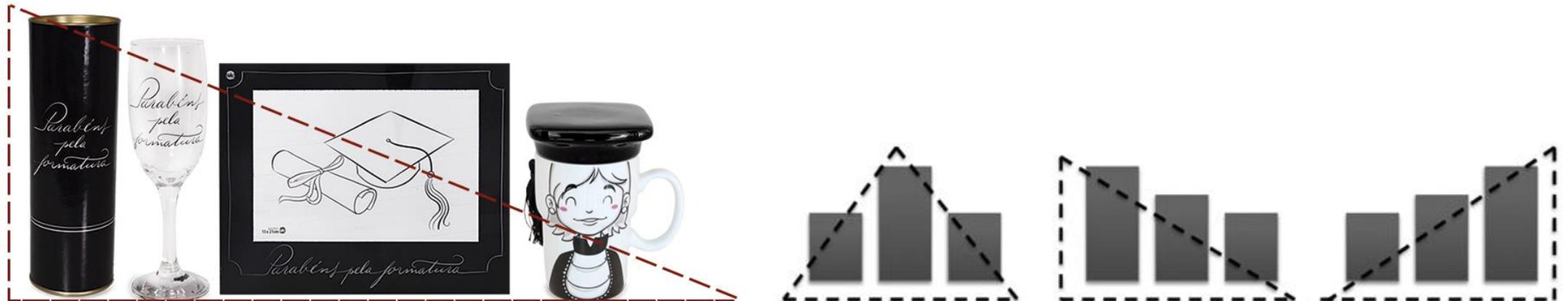


Técnicas de triangulação

A técnica de triangulação é utilizada para criar uma exposição dos seus produtos, dando assim visibilidade para todos os itens que estão na prateleira.

Essa técnica também ajuda o cliente a se identificar e encontrar os produtos em sua floricultura.

Exemplo:



Zona quente e fria

Muitos ainda não conhecem o termo e os benefícios de identificar qual a zona quente e fria em suas lojas, para isso criamos esse conteúdo especialmente para você conseguir identificar esses fatores e melhorar a exposição seus produtos

ZONA FRIA – é a área da loja, na qual o cliente não costuma se deslocar.

ZONA QUENTE – por sua vez é a área com maior circulação, de interesse e acesso imediato .

Zona quente

Ao acessar o PDV, o cliente tende a realizar um deslocamento natural. Este deslocamento acontece da seguinte forma: o cliente entra na loja pela direita, se dirige para a esquerda e sai.

Essa movimentação acontece basicamente, dentro da Zona Quente, como pode ser visto na ilustração. O que faz com que os produtos dispostos ao longo da Zona Fria, muitas vezes deixem de ser visto.

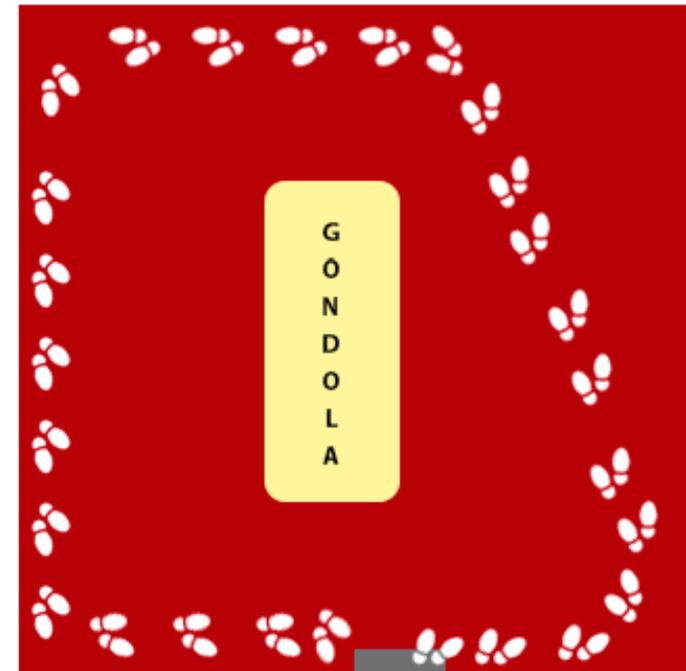


Ponto Focal

Para evitar que isso aconteça, é muito importante que criemos pontos focais nos layouts. Quando criamos um centro de interesse (neste caso por meio de um mesão ou gôndola), criamos uma nova movimentação no percurso do cliente, que transita agora, por todas as zonas da loja e entra em contato com todos os produtos disponíveis.

Não necessariamente a criação de um ponto focal precisa ser uma gôndola no centro da loja, os pontos focais em sua floricultura podem ser criados também com produtos mais vendidos ou lançamentos expostos em prateleiras, colocadas em pontos estratégicos.

Ponto Focal : O ponto focal é onde está o “ponto forte” para a disposição dos produtos. A criação de um “centro” de interesse dentro do PDV, permite maior visibilidade para determinado produto e aumenta o poder de atração para o cliente.



ENTRADA DA LOJA

Sobre a

Somos jovens, pois vivemos de bem com a vida, aproveitando cada momento. Somos divertidos, dinâmicos e surpreendentes. Nos reinventamos a cada dia e valorizamos o nascer de cada sorriso, cada expressão positiva e sincera. Somos vivos como a natureza.

Somos encantadores e nos encantamos com o nosso trabalho. Somos flexíveis e nos adaptamos às mais diversas situações. Somos descontraídos e afetuosos, pois acreditamos que, assim, espalharemos coisas boas e construiremos um mundo melhor.

Cultivamos nossos valores, nossa história e nossa trajetória de maneira emocionante e envolvente.