

DICAS DE ORGANIZAÇÃO LOJA DE PRESENTES

A exposição

Montamos este Guia com o intuito de colaborar com o desenvolvimento e organização de sua loja. 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 loja. Este número deixa claro a influência do ambiente comercial na decisão do cliente.

Agora que você já sabe a importância de ter sua loja bem organizada é hora 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 leva a uma ação – a **COMPRA**.

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

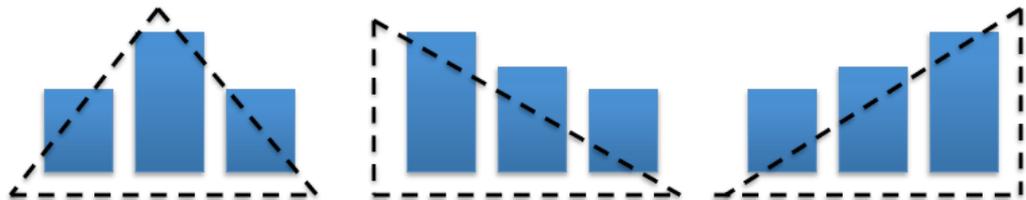


Técnicas de triangulação

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

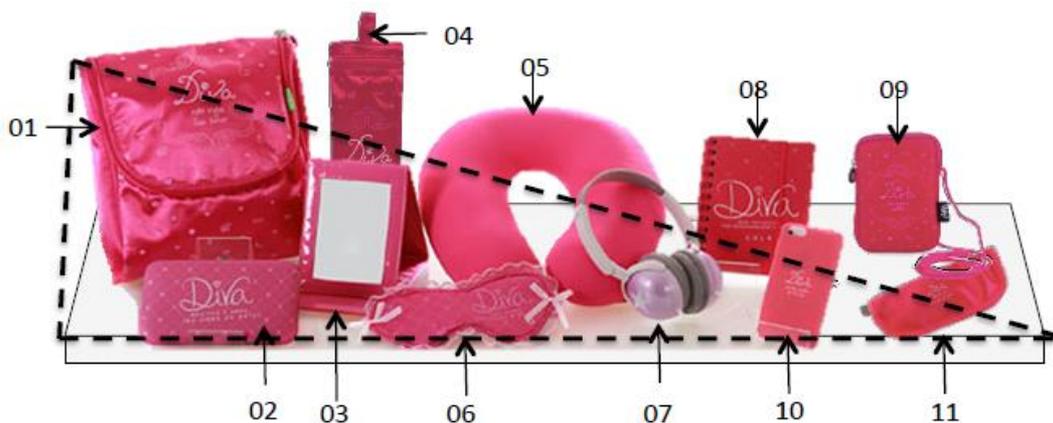
Essa técnica também ajuda o cliente a se identificar e encontrar os produtos em sua loja.

Exemplo:



Outro bom exemplo sobre triangulação você encontra na lojas de presentes que vendem produtos da [Uatt?](#). Pois a Uatt? oferece [suporte com especialistas em varejo](#) para seus clientes, para que estes lojistas possam expor os produtos de uma maneira eficiente.

Exemplo:



02. Utilize acessórios para criar uma ambientação na exposição.

Dica: Cuidado com a quantidade de itens na mesma prateleira.

Zona quente x Zona 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

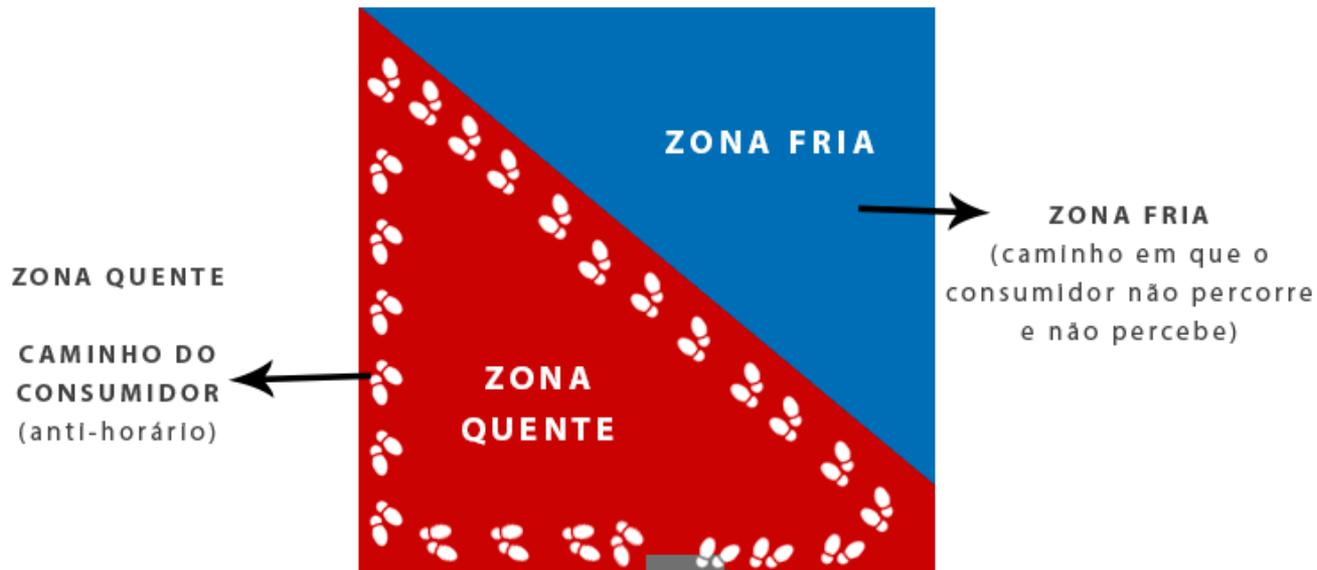
ZONA QUENTE – por sua vez é a área com maior circulação, de interesse e acesso imediato .

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

Zona Quente

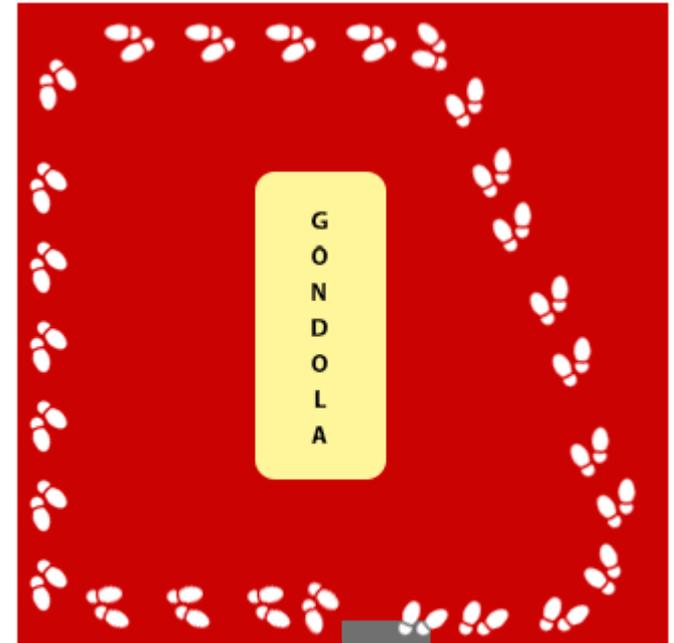
Ao acessar o PDV, o cliente tende a realizar um deslocamento natural. Este deslocamento acontece da seguinte forma: o cliente **entra na loja pela direita, se dirige para a esquerda e sai**.

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.



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.

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.