



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 Rizzioli

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 conta | 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 AQUI!

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 PROFISSIONARIS 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

