

## Vantagens das Exposições Promocionais Nas Lojas Varejistas

Uma das mais eficazes técnicas de Merchandising e a exposição de produtos nos pontos de vendas e uma adequada exposição de mercadorias pode exercer um papel muito importante nas vendas no varejo. A medida que o auto-serviço foi se desenvolvendo em um mero de lojas e tráfico de consumidores, mais produtos se tornaram desejosos de obter um lugar de destaque. O aumento da concorrência obrigou as organizações a trabalharem mais profissionalmente na defesa de seus mercados e na atração de novos consumidores. Vejamos então o que uma adequada exposição promocional pode fazer pela marca, pelos consumidores e pelos intermediários (lojas de varejo):

A) Vantagens da Exposição Promocional Para a Marca:

- A EXPOSIÇÃO PROMOCIONAL PARA A MARCA: Todos nós temos nossas preferências, nossas marcas prediletas mesmo quando negamos qualquer fidelidade às marcas, quando queremos nos apresentar imunes aos apelos da propaganda. Entretanto, ao vermos nossas marcas prediletas expostas com destaque nas lojas onde compramos ficamos mais convencidos da nossa fidelidade. Conseqüentemente, há necessidade de expor essas marcas com destaque, de modo que os consumidores facilmente localizem suas marcas preferidas.
- A EXPOSIÇÃO TRANSFORMA A PROPAGANDA EM VENDAS: A Propaganda é uma das mais importantes ferramentas do Marketing. Porém, como se trata de um processo de comunicação que se utiliza de veículos apropriados, não consegue completar a venda porque o consumidor e o produto frente a frente. Sendo assim, pode-se concluir que a exposição que completa essa tarefa, pois ela é o elo final de todo o processo de venda.
- A EXPOSIÇÃO QUEBRA A MONOTONIA DA COMPRA: Uma loja de auto-serviço sem exposições promocionais torna-se um sistema fásico linear e simétrico. Esse aspecto é tanto mais intenso quanto maior for a loja. Sendo assim, uma exposição colorida quebra a monotonia e transforma o ambiente em algo mais vivo e dinâmico, transformando assim o ato de comprar em algo mais agradável.
- DIMINUI O IMPACTO DOS ESFORÇOS DA CONCORRÊNCIA: Se uma empresa tem o seu produto muito bem exposto, limpo e com ótima aparência, ela conseguirá distrair a atenção dos consumidores para o seu produto, fazendo com que haja uma troca de outro produto pelo dela, além de diminuir o impacto da concorrência.
- EXPOR AUMENTA AS VENDAS: Segundo pesquisas, o Merchandising responde por cerca de 70 % das compras planejadas. Portanto, quanto maior a exposição, maiores serão as possibilidades de vendas de produtos.

B) Vantagens da Exposição Promocional Para o Consumidor:

- EXPOR ESTIMULA A COMPRA POR IMPULSO: O sucesso do sistema de venda pelo auto-serviço provém do fato de que esta técnica faz o consumidor levar o produto que estava em sua intenção de compras.
- EXPOSIÇÃO PROVOCA IDÉIAS: Hoje, devido a permanência cada vez mais fora de seus lares, os consumidores costumam utilizar listas de compras, dependendo cada vez mais de lembretes nos pontos de vendas. Realizando uma adequada exposição, a empresa lembrará ao consumidor sobre sua marca.
- A EXPOSIÇÃO TORNA A COMPRA MAIS FÁCIL: A exposição bem feita deixa o produto fácil de ser encontrado e mais acessível ao consumidor. E também evita falta de estoque.
- A EXPOSIÇÃO DÁ MAIS VELOCIDADE ÀS COMPRAS: Com a falta de tempo dos consumidores para as compras, o produto que está visível em exposições especiais possibilita que o consumidor perca tempo e nem escolha entre vários concorrentes, tornando-se mais rápida sua decisão.

C) Vantagens da Exposição Promocional Para os Intermediários (Lojas Varejistas):

- A EXPOSIÇÃO AUMENTA A MARGEM DE VENDAS: Uma vez que a exposição bem feita estimula a compra por impulso, automaticamente os consumidores tendem a comprar mais, aumentando assim o ticket médio de compras na loja.
- A EXPOSIÇÃO DESENVOLVE A FIDELIDADE À LOJA: A loja que expõe seus produtos de forma ordenada, limpos e atraentes chama mais atenção dos seus consumidores e, conseqüentemente, cria fidelidade de compras à loja.
- A EXPOSIÇÃO ATRAI NOVOS CONSUMIDORES: Elaborando uma exposição bem colocada e visível, o varejista atrai novos consumidores para a loja, além de ser recomendado pelos seus consumidores fiéis.
- A EXPOSIÇÃO AUMENTA O LUCRO DOS PRODUTOS: Uma vez que a exposição aumenta a venda e a venda aumenta o giro dos produtos, logo o varejista aumenta sua rentabilidade.

## Sobre o Autor

Professor, consultor e palestrante. Articulista do Jornal do Comercio (RJ) e co-autor do livro: "Trabalho e Vida Pessoal - 50 Contos Seleccionados" (Ed. Qualitymark, Rio de Janeiro, 2001). Por mais de 20 anos treinou equipes de Atendentes, Supervisores e Gerentes de Vendas, Marketing e Administração em várias empresas multinacionais de bens de consumo e de serviços. Elaborou o curso de "Gestão Empresarial" e atualmente ministra palestras e treinamentos "in Company" nas áreas de

Marketing, Administra&ccedil;&atilde;o, T&eacute;cnicas de Atendimento ao Cliente, Secretariado e Recursos Humanos. Graduado em&nbsp; Administra&ccedil;&atilde;o de Empresas, especialista em Marketing&nbsp;e Gest&atilde;o Empresarial, com MBA em Marketing no Mercado Globalizado e complementa&ccedil;&atilde;o pedag&oacute;gica. Contatos: [jcss\\_sc@click21.com.br](mailto:jcss_sc@click21.com.br)&nbsp;(21) 2233-1762 / (21) 9423-9433 [www.profigestao.blogspot.com](http://www.profigestao.blogspot.com) <http://br.linkedin.com/pub/julio-cesar-s-santos/25/544/1b8> &nbsp;

Source: <http://www.artigopt.com>