



TREINAMENTO VISUAL MERCHANDISING

O QUE É VM ?

O QUE É VM ?

VM é um conjunto de técnicas e ferramentas que tem como objetivo **ACELERAR A ROTATIVIDADE DE PRODUTOS** dentro de um ponto de venda.

O objetivo do VM é atrair, envolver e motivar o cliente, proporcionando uma **jornada de compra positiva!**

VM = VENDER MAIS

**VM ESTÁ EM TODOS
OS LUGARES!**

O QUE É VM ?

O VM está presente em diversas situações do nosso cotidiano, e interfere diretamente nas nossas decisões de consumo todos os dias.

Qual exposição lhe desperta a sensação de conforto?



O QUE É VM ?

Imagine que você está em uma confeitaria olhando a vitrine de doces... A sua decisão será guiada pela apresentação e aparência desses doces.

Qual doce lhe desperta a fome e vontade de consumo?



O QUE É VM ?

Quando entramos em uma loja buscando algum produto, a forma como esse produto nos é apresentado faz total diferença para definir se iremos ou não realizar a compra.

Qual loja é mais agradável para realizar suas compras?



OBJETIVOS DO VM

- **Destacar os produtos** através de técnicas de exposição.
- Colaborar para uma **experiência positiva** de compra para o cliente, fazendo com que através do visual desperte o desejo de compra e conseqüentemente faça o cliente adquirir mais produtos da marca
- **Movimentar estoque** e auxiliar no processo de vendas de todos os produtos

MARKETING SENSORIAL

O **marketing sensorial** é aquele que **estimula os cinco sentidos** do corpo humano, **criando uma conexão** emocional mais forte com a marca.

Dentro de nossas lojas utilizamos técnicas de marketing sensorial para tornar a **experiência de compra** ainda mais **completa e eficaz!**

Utilizando o **marketing sensorial**, conseguimos atingir uma **relação afetiva** com o cliente, fazendo assim com que ele se sinta acolhido em nossas lojas.

Observem como o cliente é altamente impactado pela visão e audição no momento de sua compra



A **visão** é explorada através dos itens a seguir :

- Exposição padronizada e organização das lojas conforme orientação de vm
- Produção de looks para os manequins e vitrine de acordo com a campanha e coleção vigente
 - Limpeza e organização
 - Vídeos padrão na Tv das lojas

A **audição** é explorada através da música ambiente, utilizando nosso sistema padrão de rádio **LISTENX**.
A **playlist de música**, é condizente com os **valores e propósito da marca**. Isso gera no cliente uma sensação de **conforto e bem estar** em nossas lojas.



Pontos importantes **LISTENX** :

- A música deve ser ambiente, ou seja, estar em volume de médio a baixo para que esteja agradável em loja.
- O uso do aplicativo e playlist é obrigatório, não sendo autorizado as lojas reproduzirem músicas de outras plataformas de streaming.



Pagamento do ECAD :

O Ecad, é responsável, por toda a arrecadação e distribuição de direitos autorais de execução pública musical.

A lei brasileira de direitos autorais (9.610/98) garante que os autores e demais artistas sejam remunerados pelo uso de suas músicas quando as mesmas forem utilizadas por terceiros. Com isso, qualquer estabelecimento que usa uma música protegida deve pagar os direitos autorais aos artistas por meio do Ecad.

O **olfato** é explorado através do nosso aroma exclusivo!
O aroma é disponibilizado pela empresa **Bobson**, onde
uma máquina efetua o borrifamento automático da
essência em loja com um timer onde é possível controlar o
aroma.



* A aquisição da máquina do aroma é opcional

ESTRATÉGIAS DO VM

BOOK DE VM – GUIA DE COMPRA



O guia de compras é a referência, para que as compras sejam realizadas de acordo com a coleção e tendências



BOOK DE VM MENSAL



O book é enviado de acordo com a campanha vigente, para orientar e ilustrar para as lojas sobre a vitrine e exposição padrão das lojas e como formar produções de moda que agreguem valor ao cliente e venda!

GUIA DE VITRINE MENSAL



O guia de vitrine é disponibilizado, para que as lojas verifiquem os materiais de vitrine e façam a conferência com antecedência, seguindo os padrões de comunicação do projeto.

GUIA DE VITRINE MENSAL

Semana 1 - 09/03 a 15/03

Look
PRINCIPAL



Blusa 10114057-00001
Jaqueta 10114072-00001
Bermuda 10114078-00080
Calçado 11300332-40582

LIFESTYLE
Active



Vestido 10114074-09085
Calça 10114061-00001
Gorro 10114434-88059
Calçado 11300334-09110

Look
EXTRA



Vestido - 10114076-40582
Legging 10114163-00080
Calçado 11300335-40030

Semana 1 - 09/03 a 15/03

Look
PRINCIPAL



Conjunto 10210576-00080
Blusa 10210594-60292
Calçado 11500257-60292

LIFESTYLE
Active



Conjunto 10210582-60292
Calçado 11500271-00001

Look
RN



Moletom 10210505-60292
Body 10210511-60292
Short 10210509-44989
Calçado 11500254-00080

O guia é enviado com todos os looks das vitrines separados por semana, para que as lojas já possam se organizar para essa troca semanal.

LICENCIADOS

LICENCIADO

S



Dentro de nossas lojas, temos produtos licenciados da Lilica e Tigor.

São produtos responsáveis pelo enriquecimento da marca, trabalhar persona, propósito, e também agregar nas vendas.



EXPOSIÇÃO – PRODUTOS LICENCIADOS



Produtos licenciados tem como objetivo agregar nas vendas, elevando os resultados.

Os produtos possuem estampas e “histórias” que devem ser contadas ao cliente, para despertar desejo de compra e também complementar a exposição!

VITRINE

“ As **vitruines** são pensadas justamente com o **objetivo de atrair a atenção e despertar interesse do consumidor**, e isso faz parte do que chamamos de Visual Merchandising. Segundo uma pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), **80% das decisões de compra acontecem ainda na vitrine**, e a reformulação de uma vitrine pode aumentar em até 25% as vendas. “

Fonte : <https://g1.globo.com/sp/varejo-sebrae>



VITRINE

A **vitrine** é responsável por **comunicar a identidade da marca** para o consumidor, e com isso despertar a identificação e consequentemente o **desejo de compra**.



Deve ser **trocada semanalmente** conforme orientação de vm e guias de campanhas enviados.

VITRINE





A precificação é extremamente importante nas vitrines!



O padrão é que os preços sejam no formato de “lego” e montados de acordo com a necessidade e valor de cada produto. A precificação deve ser inserida do lado esquerdo.

REGRAS DE EXPOSIÇÃO

REGRAS DE EXPOSIÇÃO



EXPOSIÇÃO FRONTAL



EXPOSIÇÃO LATERAL

EXPOSIÇÃO FRONTAL :

Mínimo 4 peças

Máximo 8 peças

EXPOSIÇÃO LATERAL :

Mínimo 6 peças

Máximo 12 peças

REGRAS DE EXPOSIÇÃO



Os **módulos de exposição** devem estar alinhados, e **contar a história da coleção** através de agrupamentos de estampas e cores. Assim como a vitrine, os módulos devem ser trocados conforme as orientações de vm e campanha!

REGRAS DE EXPOSIÇÃO



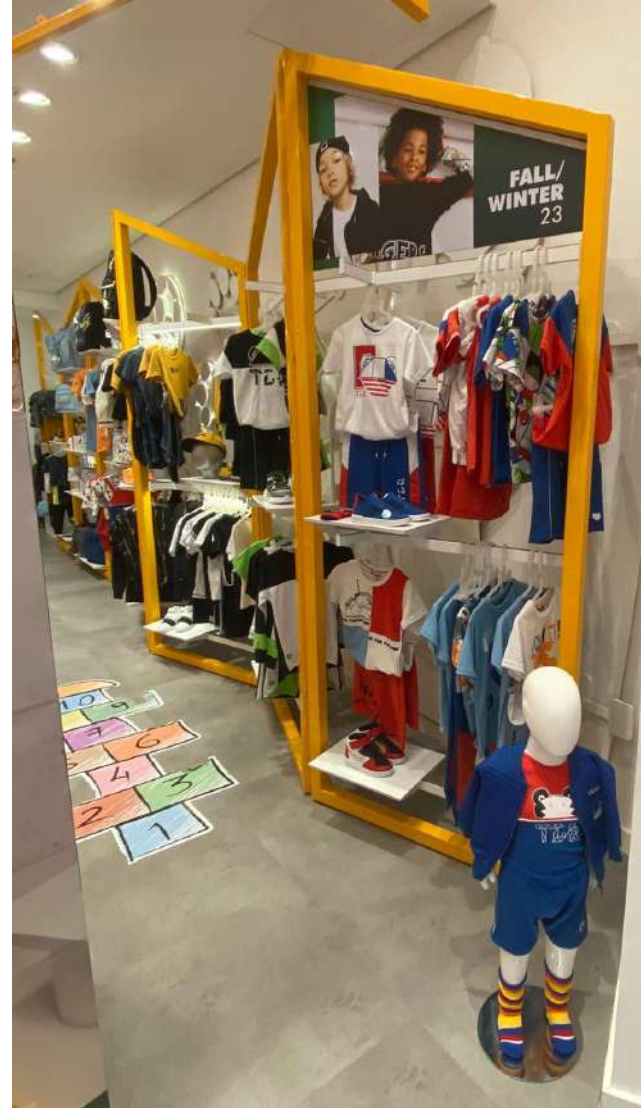
A exposição deve ficar alinhada, contando as histórias de cada linha e life style!

REGRAS DE EXPOSIÇÃO



Todas as peças devem ser devidamente passadas e etiquetadas para exposição

REGRAS DE EXPOSIÇÃO



Os looks dos manequins devem estar alinhados com a história contada na exposição das peças.

REGRAS DE EXPOSIÇÃO



Boné, chapéu, viseiras e toucas devem ser agrupados, para que desperte interesse no cliente no fechamento da venda como uma oferta rápida de produto adicional.

REGRAS DE EXPOSIÇÃO



As roupas devem ser passadas para ficarem expostas na área de vendas. A passadoria deve ocorrer de forma segura, ajustando a intensidade do vapor conforme o tipo de tecido para regular o calor.

Indicado que usem luvas de proteção para realizar a passadoria.

GERENCIAMENTO DE ESTOQUE

GERENCIAMENTO DE ESTOQUE



O estoque precisa estar limpo e organizado, para facilitar os atendimentos :

- Separar Lilica, Tigor e Licenciados
- Organizar por tamanhos, linhas
- Calçados separados por Lilica e Tigor, e numeração.

MANUTENÇÃO E LIMPEZA



A **limpeza** das lojas deve ocorrer **diariamente**, utilizando produtos neutros, sem cheiro e que sejam adequados ao mobiliário e piso que a loja possui.

Não utilizar cloro, produtos abrasivos ou esponja de aço.

CONFERÊNCIA DE MATERIAL DE VITRINE

OBRIGADA!!!



BOAS VENDAS