



**APRENDA A FAZER UMA EXPOSIÇÃO DE
PRODUTOS ATRATIVA NO SEU MERCADINHO**



Introdução.....	3
A importância de conhecer a lógica de consumo	5
Dicas para expor produtos de forma atrativa	7
Como explorar melhor as “compras de oportunidade”	12
Conclusão.....	16
Sobre o Sebrae.....	18



INTRODUÇÃO

Hoje em dia, o consumidor deseja encontrar muito mais do que preços baixos. As pessoas querem vivenciar uma experiência positiva. Elas esperam ser bem atendidas em um estabelecimento limpo e organizado, que facilite as suas compras e faça com que elas sejam mais agradáveis. A maneira como os produtos ficam expostos no seu mercadinho ajuda a alcançar esse objetivo.

É muito importante saber como fazer essa exposição do jeito certo, porque **essa organização vai influenciar a decisão de compra do consumidor**. Então, você aumenta suas chances de fazer vendas ao expor os itens de uma forma mais atrativa.

Não é preciso adotar nenhuma técnica complicada para isso. Pequenas mudanças e algumas ações práticas são suficientes para que o seu mercadinho fique muito bem organizado e os seus produtos chamem a atenção do cliente.

Neste material você vai conferir algumas dicas para caprichar nessa organização e aproveitar melhor as oportunidades de venda. Boa leitura!

INTRODUÇÃO





A IMPORTÂNCIA DE CONHECER A LÓGICA DE CONSUMO



Toda compra é baseada em um fator racional ou emocional. Ele motiva a decisão do cliente e ajuda a compor a **lógica do consumo**, ou seja, estabelece os motivos pelos quais uma pessoa decide ou não adquirir um determinado item.

Entender essa lógica de consumo do seu público é muito importante para que você tenha mais detalhes sobre o comportamento dessas pessoas, as suas expectativas, aquilo que motiva compra e as possíveis objeções que atrapalham a decisão e compra.

Basicamente, é preciso **entender por que os seus clientes compram alguma coisa**. Dessa forma, poderá investir em estratégias que vão acompanhar essa lógica de consumo deles, para que o ambiente do seu mercadinho seja mais agradável e os produtos pareçam atrativos.

Um dos aspectos que compõem a lógica de consumo é o comprometimento da empresa. Significa que as pessoas esperam que ela se preocupe em oferecer um atendimento que de fato ajude a solucionar os problemas, **e que esteja sempre preocupada em proporcionar a melhor experiência**.

Se o cliente encontrar um estabelecimento com uma iluminação ruim, categorias mal distribuídas, um espaço mal aproveitado, prateleiras desorganizadas e itens sem preço, existe um risco muito grande de ele entrar e logo em seguida sair, ou de comprar apenas o básico porque sua experiência não está sendo boa.

Em vez de solucionar problemas, essa falta de planejamento na hora de expor os produtos trará mais dor de cabeça para o cliente, que não consegue se localizar naquele espaço.

Em resumo, é essencial pensar na lógica de consumo quando você for expor os produtos no seu mercadinho para que consiga atender às expectativas do seu público. **Assim, vai oferecer um atendimento de qualidade e assegurar que ele fique satisfeito com a experiência vivenciada**.



DICAS PARA EXPOR PRODUTOS DE FORMA ATRATIVA

Antes de tudo, é preciso que a equipe esteja comprometida em fazer uma boa exposição de produtos no mercadinho. Afinal, vai depender dos seus colaboradores manter a lógica da organização, bem como garantir que as prateleiras e gôndolas estejam sempre abastecidas e com os produtos dispostos de uma forma atrativa para os olhos.

Dito isso, confira a seguir algumas dicas que vão deixar os seus produtos expostos de uma forma muito mais cativante para os clientes.



Planeje a organização do mercadinho

Comece planejando a maneira como o mercadinho deverá ser organizado. **Considere o espaço disponível para que você possa dividir os itens em categorias.** É interessante que elas se complementem ao longo do caminho para que o cliente consiga seguir uma lógica na hora de comprar.

Defina o melhor layout para as prateleiras, as gôndolas e os expositores, de modo que fique organizado e em fácil acesso para o cliente. Planeje uma boa sinalização para que as pessoas consigam encontrar os setores e pense em detalhes como:

- a quantidade de itens que ficarão expostos nas prateleiras;
- a maneira como cada produto deve ser empilhado ou distribuído;
- o que deverá ficar mais próximo do caixa;
- se a separação será feita pelo tamanho da embalagem, por marca, sabor ou outras características.



Organize as prateleiras em níveis

As prateleiras devem ser organizadas em níveis, sendo: **abaixo da cintura, na linha da cintura, na altura dos olhos e acima da cabeça.**

O ideal é que você coloque os produtos que oferecem uma boa margem de lucro à altura dos olhos, pois esse é o primeiro nível observado pelo cliente. A linha da cintura é o segundo nível que atrai a atenção das pessoas. Então, ali é vantajoso expor os produtos que também oferecem uma boa margem de lucro e que são mais procurados.

No nível abaixo da linha da cintura, coloque os itens que têm uma procura maior, porém, uma margem de lucro menor. Como acima da cabeça é um nível menos visualizado, você pode utilizar para expor os produtos menos procurados pelo cliente.

Mantenha os produtos complementares próximos

Se uma pessoa decide fazer uma macarronada no final de semana, ela vai precisar de macarrão, molho de tomate e provavelmente queijo ralado. É interessante que você pense nessa lógica de consumo na hora de organizar os produtos que serão expostos.

Procure deixar mais próximos aqueles que se complementam, como no caso citado. Outro exemplo é o do arroz e do feijão, ou o do café e do filtro de papel. O objetivo é estimular o consumidor a adquirir produtos que se relacionam uns com os outros e que podem deixar a compra ainda mais completa.

Se esses itens estiverem próximos, **as chances de eles serem adquiridos na mesma compra serão maiores.** Afinal, o cliente não precisará andar em outros setores do mercadinho para encontrar. Já estará ali.



Deixe os valores sempre em evidência

Você já desistiu de comprar um produto porque não conseguiu encontrar o preço dele? É muito importante evitar que essa situação aconteça no seu mercadinho para que você não perca oportunidades.

Procure deixar os valores das mercadorias sempre em evidência e expostos de uma forma clara, **para não gerar dúvida nem confusão**. Se possível, também disponibilize máquinas para consultar preços. Mas ainda é preferível que o valor de cada produto esteja na própria mercadoria ou na prateleira exatamente onde esse item está.



Coloque as promoções em destaque

O consumidor gosta de aproveitar promoções, e elas **estimulam uma compra mais volumosa**. Por isso, sempre que tiver alguma oferta no seu mercadinho, é importante que ela esteja em destaque.

Existem diferentes estratégias para fazer isso. Você pode separar uma seção especial para as promoções, ou então colocar os itens em oferta em uma prateleira logo na entrada do estabelecimento. Também vale mudar a cor das etiquetas promocionais para que elas se destaquem das padronizadas.



Aproveite bem o espaço

Quando você for planejar a organização do seu mercadinho, procure aproveitar da melhor forma o espaço disponível.

Estabeleça uma lógica para o layout de modo que os clientes consigam transitar sem dificuldade e cada categoria esteja posicionada de uma maneira estratégica.

Não se esqueça de que o espaço dos expositores também precisa ser utilizado de uma forma inteligente. Controle a quantidade de produtos que ficarão em exposição para que a prateleira esteja cheia, porém, não abarrotada. Além disso, é importante não esquecer que as gôndolas têm um limite de peso e é preciso respeitá-lo para evitar problemas ou prejuízos.

Tenha bastante cuidado na hora de organizar os itens pequenos. Quando existem muitos deles na mesma prateleira, o cliente pode ter a impressão de que o espaço está desorganizado, além de dificultar a localização dos produtos que ele deseja comprar.

Decore com criatividade

O seu mercadinho também pode receber uma decoração especial **para que tenha um visual diferenciado**. Uma ideia é acrescentar itens temáticos em cada uma das categorias ou em áreas especiais. Pode ser, por exemplo, mobiles, bonecos, pôsteres, faixas, bandeirolas, ou qualquer outro elemento que enriqueça o visual e ajude a criar um clima mais envolvente para os clientes.

Perceba que essa estratégia costuma ser utilizada em épocas sazonais, como durante as festas juninas, na Páscoa e no Natal. Mas nada impede de você ter uma decoração para o dia a dia do seu mercadinho a fim de que ele crie a sua própria identidade.

Se o cliente encontrar um ambiente mais agradável, **ele não terá tanta pressa de ir embora**, já que o visual será atrativo e interessante. Isso pode despertar a sua curiosidade, fazendo com que se sintam bem e, assim, compre mais.



COMO EXPLORAR MELHOR AS “COMPRAS DE OPORTUNIDADE”



As pessoas costumam fazer listas de compra para otimizar o tempo na hora de ir ao mercado. Se você também tem esse hábito, já deve ter adquirido alguma coisa fora da lista porque quando chegou ao estabelecimento encontrou uma boa oportunidade de compra.

A exposição de produtos precisa ser realizada pensando em oferecer esse tipo de oportunidade para o seu cliente. **O objetivo é transmitir para ele a ideia de que aquele é um bom momento para adquirir um determinado item**, mesmo que não esteja na sua lista ou se não havia a intenção de compra.

Você pode utilizar três estratégias para explorar da melhor forma essas “compras de oportunidade”. São elas: **por meio dos produtos complementares, das ofertas e promoções e das datas sazonais.**



Produtos complementares

Já falamos um pouco a respeito dos produtos complementares e da importância de serem mantidos próximos para incentivar a decisão de compra do cliente. Essa é uma forma tradicional de explorar as tais “compras de oportunidade”.

Você também pode **observar o padrão de consumo dos seus clientes para ir um pouco além nessa estratégia**. De acordo com os itens mais adquiridos, organize seções de produtos que se relacionam.

Digamos que os seus clientes comprem queijos e vinhos. Você pode deixar esses produtos sempre por perto. O mesmo acontece, por exemplo, com cervejas e petiscos, o carvão mais perto do açougue, produtos light, diet e integrais perto do setor de hortifrúti, e assim por diante.

Nesse caso, não se esqueça de observar o padrão de consumo dos seus clientes para que a estratégia não acabe deixando a impressão de desorganização.

Ofertas e promoções

Ao fazer uma oferta ou promoção, é fato que o seu estabelecimento terá um lucro menor em cada produto vendido. No final, o faturamento pode ser muito bom, mas seria melhor ainda se você conseguisse potencializar as vendas gerando oportunidades de compra para o cliente.

Aqui, é interessante aproveitar a estratégia dos produtos complementares. Assim **você pode deixar próximo de um item promocional uma mercadoria que faça a complementação** na hora do consumo.

Dessa forma, existe uma grande chance de o cliente adquirir esses dois produtos, já que um deles está em promoção e, assim, o total da compra ficaria menor do que se ele comprasse os dois produtos com o preço normal.

É uma vantagem para a pessoa e um bom negócio para o seu mercadinho, que talvez não conseguisse vender o item complementar naquela ocasião se ele não estivesse ali por perto da promoção.

Datas sazonais

É possível criar diversas oportunidades de compra para o cliente explorando as datas sazonais. Vamos tomar como exemplo as **festas juninas**, que costumam trazer pratos típicos que levam os mais diferentes ingredientes.

Considere quais são as bebidas e comidas consumidas nessa época e deixe todos os ingredientes juntos para que a pessoa consiga montar um grande kit na hora em que ela for fazer uma compra.

Faça o mesmo no **Natal**, por exemplo, deixando por perto os vinhos, as nozes, os panetones, os chocotones, entre outras delícias da época. Ainda, quando chegar a **estação mais fria do ano**, você pode deixar por perto as sopas prontas, tipos de macarrão específicos para sopas, temperos, torradas e até mesmo utensílios de cozinha necessários para preparar essas receitas.

O objetivo é sempre pensar em um tipo de oportunidade que você pode criar para o seu mercadinho dependendo da data e da época do ano. Mas não se esqueça, mais uma vez, de considerar os hábitos de consumo dos seus clientes para que essas estratégias façam sentido para eles.





CONCLUSÃO



Ter um mercadinho organizado é essencial para oferecer um bom atendimento aos seus clientes. Mas, se você fizer a exposição dos produtos de uma forma estratégica, poderá criar oportunidades ainda maiores para o seu negócio.

Você viu que não é difícil implementar essas mudanças, e são necessárias pequenas adequações para que as suas prateleiras e os seus expositores sejam muito mais atrativos para os olhos do consumidor. Então, capriche na hora de expor as mercadorias. O resultado será o oferecimento de uma boa experiência para os clientes e o incentivo à decisão de compra.



O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Pernambuco é uma entidade privada sem fins lucrativos, agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios. Desde 1972, trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte.

Para garantir o atendimento aos pequenos negócios, o Sebrae em Pernambuco atua em todo o território estadual. Além da sede no Recife, a instituição conta com mais 5 unidades espalhadas pelo Estado. Com foco no estímulo ao empreendedorismo e no desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios, o Sebrae atua em: educação empreendedora; capacitação dos empreendedores e empresários; articulação de políticas públicas que criem um ambiente legal mais favorável; acesso a novos mercados; acesso à tecnologia e inovação; orientação para o acesso aos serviços financeiros.

