

SEBRAE



**VITRINE,
LAYOUT E
ORNAMENTAÇÃO**

Sumário

Introdução	3
1. Conceitos de vitrine	6
2. Layout e ornamentação	20
3. Etapas para a elaboração de uma vitrine	28
4. Iluminação	31
Conclusão	34



INTRODUÇÃO

O investimento em marketing é de extrema importância para qualquer empreendimento. Por meio do planejamento traçado pela equipe de marketing, definem-se todas as campanhas, o tom de voz da marca, a distribuição e as propagandas. No caso das lojas, é fundamental acrescentar mais uma importante estratégia: layout de vitrines.

Isso porque as vitrines podem ser transformadas em diferencial competitivo, fisgar o cliente para conhecer o interior da loja e converter em compra. Por isso, é necessário que elas sejam visualmente atrativas, estimulem os sentidos dos potenciais clientes e transmitam o conteúdo dos demais elementos que existem dentro da loja.

É indispensável executar todas as etapas de montagem da vitrine para que o resultado se reflita em vendas e lucro.



O mercado está cada vez mais competitivo e, com isso, todas as formas de atrair potenciais clientes são válidas. No entanto, é imprescindível estudar as prioridades de cada segmento e, quando se trata do comércio, é fundamental investir em técnicas de vitrinismo. É importante destinar uma verba de marketing exclusiva para as vitrines e conseguir pensar em projetos atrativos.

A compra por impulso é objeto de estudo de muitos profissionais do marketing. Você sabe o que diz o consenso entre os estudiosos? Apesar de diferentes dados estatísticos, uma coisa é certa: [as pessoas, na maioria dos casos, compram de forma inconsciente.](#) Existe um forte apelo emocional nas propagandas e na comunicação que fazem com que as pessoas se identifiquem com alguns dos artifícios utilizados pela equipe de marketing.

Portanto, é importante entender melhor o comportamento humano e aplicar técnicas que atraiam e motivem a compra. Investir no layout de vitrines, com certeza, faz parte desse processo.





1. CONCEITOS DE VITRINE

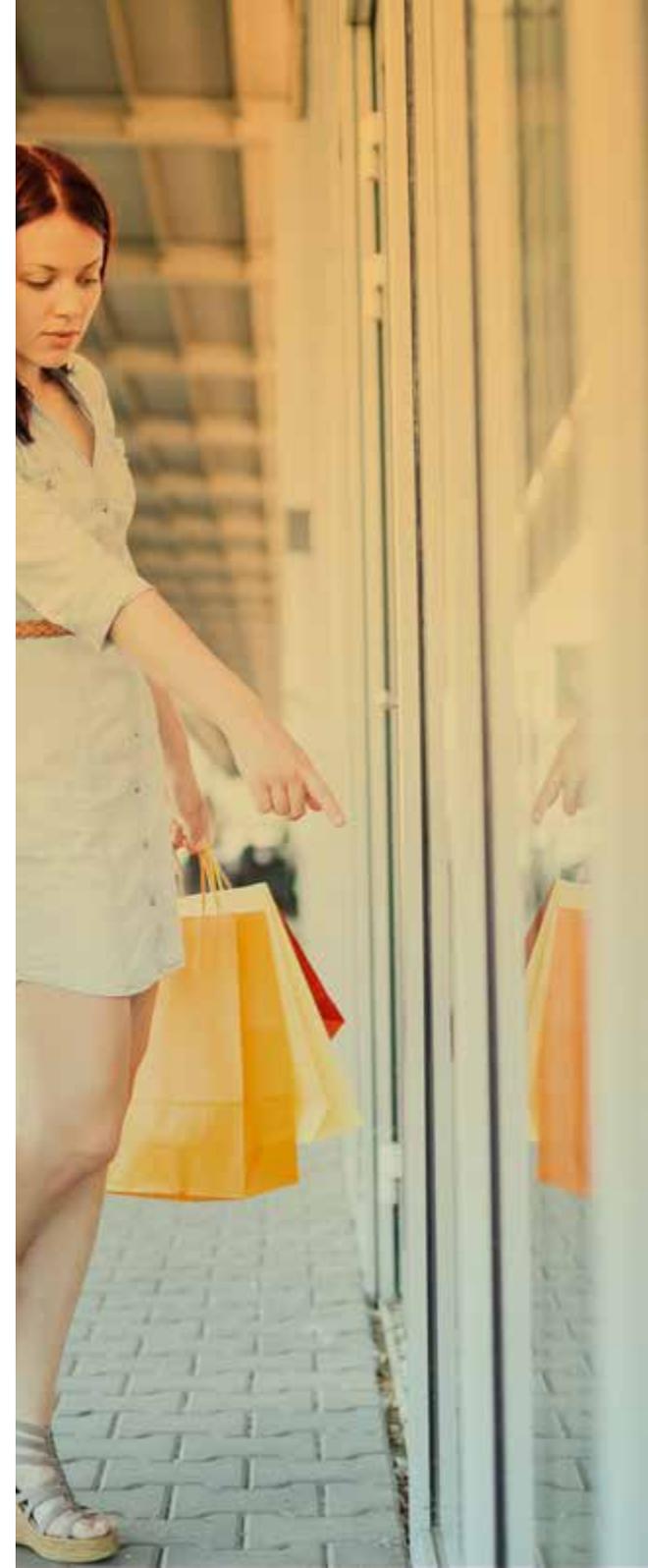
A vitrine não é apenas um dos elementos dentro de um projeto de arquitetura comercial: ela é um dos pontos mais importantes dentro do contexto de uma loja. Tamanho, ponto de venda, posição, iluminação e funcionamento integrado fazem parte da estratégia para estruturar uma vitrine que atraia os clientes.

Definição de vitrine

Essa palavra de origem francesa classifica o espaço envidraçado onde ficam expostos produtos para venda, de forma que possa ser visto por todos os transeuntes. É a conexão entre a loja e o consumidor. É ainda responsável pela primeira impressão que o público tem dos produtos, da imagem e do conceito da loja. Serve não só para expor produtos, mas anunciar ofertas, descontos e promoções, além de passar toda a comunicação conceitual da loja.

Classificação de vitrines de acordo com temas

As vitrines podem apresentar duas propostas distintas, que podem ser classificadas de acordo com a presença ou ausência de tematização.





Mise-en-scène

A proposta desse tipo de apresentação é optar pela simplicidade, mas isso não significa que a estética não se faz importante. Os produtos expostos na vitrine ficam em evidência sem tematização.

Mise-en-spectacle

Os produtos são apresentados por meio de tematização com acessórios, adereços e enfeites. Os temas são diversos, como estações, eventos e datas festivas.

**Exemplo de vitrine
Mise-en-scène**



Exemplo de vitrine de estações

Alguns exemplos de vitrines classificadas por temas

Vitrine de estações

São aquelas que têm elementos para representar estações do ano, como primavera-verão e outono-inverno.

Vitrine de cores

São as vitrines que se utilizam do efeito visual que as cores provocam aos olhos. Uma composição pensada para criar contraste ou harmonia e agregar valor às peças da loja.



Exemplo de vitrine de cores

Vitrines festivas:

Ressalta a data em voga e faz dela o tema para compor as peças da loja. Pode ser Natal, Réveillon, Dia dos namorados, Dia das Mães e Carnaval, entre muitos outros.



Exemplo de vitrine plana

Classificação de vitrines de acordo com estrutura

Vitrine plana

Também conhecida como vitrine de fachada ou frontal, ela se caracteriza por dividir a loja da calçada ou do corredor. Ela pode ser subdividida entre aberta e fechada, se tiver ou não fundo entre a vitrine e o interior da loja.

Vitrine plana de entrada recuada

Nesse tipo de vitrine mais participativa, o cliente percorre a vitrine até o interior da loja.



Exemplo de vitrine de nicho

Vitrine de nicho

São vitrines menores, compostas por armações que se assemelham a molduras de quadro.

Vitrine de canto

Consiste em duplicar o mesmo ângulo de visão dos clientes. Exige atenção para que os itens fiquem bem apresentados, considerando as duas formas que os clientes enxergam os produtos.



Exemplo de vitrine de canto



**Exemplo de vitrine
de balcão**

Vitrine balcão

Muito utilizadas em joalherias, costumam expor pequenos produtos. Podem ser utilizadas também como bancada de atendimento dos vendedores para os clientes da loja.

Vitrine prateleira

Geralmente, faz-se uso de prateleiras para expor produtos de pequeno porte. Dessa forma, é possível apresentar uma maior quantidade de produtos no mesmo espaço.

Vitrine painel

São vitrines menos elaboradas e com pouca profundidade. Elas expõem ao mesmo tempo na vitrine frontal e no interior da loja.



**Exemplo de vitrine
de cenário**

Classificação de vitrines de acordo com estilo

Expositiva

De uma maneira geral, a vitrine expositiva abre mão de itens de decoração e faz uma montagem somente com os produtos. Para tal, são utilizados elementos como suportes, manequins e cubos, com o objetivo de ressaltar os produtos.

Cenário

Fazer da vitrine um cenário desperta a curiosidade e impressiona. Ideal para vitrines grandes, a montagem é feita de forma que sejam criadas referências de um lugar específico ou até mesmo do imaginário.



**Exemplo de vitrine
cinética**

Cenográfica

A ideia é criar um local imaginário utilizando elementos do mundo real.

Cinética

A montagem conta com equipamentos mecânicos para criar um movimento na vitrine. Podem ser objetos luminosos, projeções, fontes de água e balões de gás, por exemplo.



**Exemplo de vitrine
Luminosa**

Luminosa

A iluminação é o destaque nessa decoração! Ela cria um efeito visual por meio da projeção de luz e sombra. Pode ser com spots com luzes direcionadas, spots com LED ou gelatina colorida para destacar os produtos da loja.

Conceitual

A decoração conceitual é simples e objetiva. De uma maneira geral, ela expõe o conceito do produto, sua produção e suas características.

Escala

Na decoração em escala, são utilizados elementos em escala reduzida ou volumosa. Ou seja, brinca-se com o tamanho dos elementos para compor a vitrine. O objetivo é destacar os produtos da loja.



**Exemplo de vitrine
aérea**

Aérea

Conta com um piso livre de elementos, uma vez que os produtos ficam expostos de forma suspensa.

Contínua

É muito utilizada por lojas que possuem mais de uma vitrine e precisam dar continuidade ao conceito de decoração que foi utilizado. É feita uma sequência de decoração de forma que harmonizem entre si.



2. LAYOUT E ORNAMENTAÇÃO



A exposição dos produtos da vitrine precisa ser clara, convidativa e exibir os produtos de maneira que o público os visualize com facilidade. Para que isso aconteça, considere a vitrine não apenas como um acessório da loja, mas sim um projeto de arquitetura comercial.

Mais uma vez, fica evidente a necessidade de elaborar um projeto que esteja de acordo com padrões estéticos e funcionais, levando em conta os ambientes interno e externo.

- Ambiente externo: veja como a vitrine se encaixa dentro do contexto da fachada da loja, seja na rua ou no corredor de um shopping.
- Ambiente interno: o interior da loja deve estar sempre em harmonia com a vitrine, os espaços para circulação de pessoas e a entrada, por exemplo.



Estrutura de vitrines

A estrutura de uma vitrine é composta por:

- Piso
- Laterais
- Fundo
- Teto
- Vidro

O fundo e as laterais podem sofrer alterações de acordo com a campanha e a estrutura da loja.



Ponto focal e caminho visual

Ponto focal é uma técnica utilizada para chamar ainda mais a atenção do potencial cliente para um produto pré-determinado da loja. Consiste em deixar o produto à altura do campo visual de um adulto de estatura mediana e segue um padrão com relação às medidas.

Seguir essas proporções garante uma melhor visualização do objeto e chama a atenção dos clientes. As medidas são:

De 0,50 a 0,70 m do chão, não podendo ultrapassar 1,50 m de altura.

A largura deve variar entre 1 m a 1,5 m.

Já o caminho visual consiste na passagem de olho feita automaticamente pelas pessoas que olham para uma vitrine. Esse olhar vai da esquerda para direita e de cima para baixo.

É fundamental pensar no ponto focal e no caminho visual no momento da montagem da vitrine.



Tipos de vitrines

Todos os produtos de uma vitrine devem estar posicionados de forma atraente ao olhar dos potenciais clientes. A escolha os melhores materiais, equipamentos e estrutura, é uma ação importante para que tudo fique equilibrado visualmente.

Veja as melhores maneiras e os elementos de composição que podem ser utilizados.

Linhas

Através de uma sucessão de pontos é possível tornar o espaço maior ou menor. A exposição de produtos através da composição de linha transmite diversas sensações:

- Reta horizontal: equilíbrio, serenidade e estabilidade.
- Reta diagonal: movimento, agilidade e dinamismo.
- Curvas: feminilidade, naturalidade e destreza.

Formas

Os diferentes elementos e formatos induzem o olhar e promovem a interação entre o cliente e o produto principal.



Classificação das formas

- Geométricas: possui estrutura básica geométrica, como quadrado, triângulo e suas variações.
- Orgânicas: faz uso de elementos que se conectam com a natureza, como raízes, plantas e folhas secas, por exemplo. Com o uso desses itens, consegue transmitir emoção, frescor e movimento. Podem ser bidimensionais ou tridimensionais, que dão volume para que o cliente possa visualizar de todos os ângulos.

Técnicas de exposição

Consiste em distribuir os elementos a partir de um eixo central, para que os dois lados da vitrine sejam divididos de forma equivalente, como tamanho, cores e peso.

- Simetria rígida: através de um eixo central, se distribui os produtos de modo espelhado, ou seja, uma metade será o reflexo fiel da outra.
- Simetria variável: apesar de respeitar o eixo central, a disposição dos produtos é mais livre e pode ser diferente com relação a formas e tamanhos de cada lado.
- Repetição: consiste em repetir elementos por toda a vitrine em intervalos de espaços iguais. Não se trata de repetir produtos, podendo variar quanto à forma ou ao tamanho, por exemplo.



Exemplo de vitrine de forma orgânica

- Ritmo: os elementos ficam expostos em intervalos iguais ou alternados, respeitando a sequência e criando sensação de movimento. Pode ser de baixo para cima, de cima para baixo ou da direita para a esquerda e vice e versa.
- Irradiação: neste tipo de técnica, os objetos que compõem a vitrine ficam posicionados para se ter a impressão de que eles partem de um determinado ponto central, por meio de linhas divergentes ou convergentes.
- Unidade: os elementos de composição, juntos, devem estar relacionados e transmitir unidade ou um conjunto. Ideal para loja que não comercializa uma gama variada de produtos.
- Variedade: já no caso de lojas que possuem uma variada opção de produtos, esta técnica pode ser uma excelente aposta. A composição consiste em agrupar produtos e trabalhar outros tipos de composição como simetria, irradiação entre outros.
- Cheios e vazios: são técnicas distintas, onde o que caracteriza este tipo de técnica são quantidade e o intervalo entre a composição dos elementos da vitrine. Uma vitrine cheia, passa a ideia de produtos de baixo custo. Já a vitrine vazia facilita a compreensão dos consumidores e visualização dos objetos.



Exemplo de técnica de exposição cheios e vazios

Material de apoio para equipar uma vitrine

Alguns objetos são estratégicos para facilitar a composição e exposição dos produtos vendidos pela loja. Com a utilização deles, as vitrines ficam mais atrativas e com a montagem adequada para uma melhor visualização de cada artigo.

São conhecidos como material de apoio:

- Suportes: servem para elevar os produtos e tirá-los do chão. Criam diferentes alturas, volumes e relevos.
- Cubo: é um tipo de suporte que pode ser usado em todos os tipos de vitrines.
- Nichos: os nichos funcionam como mini vitrines e emolduram o produto. Assim, criam destaque e valorizam os itens que neles são colocados.
- Manequins: existem diferentes modelos, como torso, busto, corpo inteiro, cabeçase mãos, por exemplo. Eles são utilizados para vestir as mercadorias e, ao mesmo tempo, informam aos clientes como a peça deve ser usada. Para escolher o manequim mais adequado, é preciso analisar a o estilo da loja, a faixa etária dos clientes e a estação do ano, entre outras variáveis.
- Pancarte: é uma estrutura em formato de “L”, onde é criado um fundo para isolar o produto do restante da vitrine ou da loja. Faz com que o produto fique exposto de forma destacada sobre um fundo e piso exclusivos.



Exemplo de material de apoio utilizando manequins



3. ETAPAS PARA A ELABORAÇÃO DE UMA VITRINE

Para que uma vitrine seja montada da maneira adequada e transmita a identidade visual da loja, elabore um cronograma com todas as etapas e assegure que conseguirá seguir todos os estágios do projeto. Verifique atentamente cada fase e seus detalhes.

Veja como funciona o passo a passo na prática:

Coleta de Informações

- Quanto mais informações sobre o produto que será exposto, melhor: número de peças e embalagens, por exemplo.
- Ainda sobre a coleta de informações, levante dados sobre o público alvo: qual é a faixa etária, o gênero e o estilo de vida dos consumidores da loja?
- Faça também um levantamento de dados sobre a vitrine: quais são as condições do vidro, do piso, dos suportes e dos manequins? Quais são as medidas das estruturas?

Recolha essas informações e dê início à elaboração do projeto!



Desenvolvimento do tema

Com as informações colhidas no primeiro passo, chega-se à etapa na qual se deve fazer o levantamento de possíveis temas para atender de maneira eficaz o público-alvo. O vitrinista precisa ter em mãos todos os dados levantados para dar início ao esboço. A temática está relacionada a alguma data promocional ou a um momento festivo? Tenha uma ideia concisa para decidir qual história será contada por meio da vitrine.

Montagem e instalação

Após analisar as informações e definir o tema, inicia-se a etapa de verificação de todos os elementos que irão compor a vitrine.

Veja abaixo um escopo com todas as etapas:

Primeiro passo: verificação externa e interna da vitrine (piso, paredes, teto, fundo e vidro).

Segundo passo: verificação dos componentes da vitrine (produtos, suportes, equipamentos e decoração).

Terceiro passo: montagem da vitrine. Primeiramente, serão colocadas as peças maiores. Em seguida, são instalados os produtos e a decoração.

Quarto passo: etapa de ajustes (iluminação, composição, efeitos especiais e limpeza final).



4. ILUMINAÇÃO



A iluminação da vitrine é importante para criar um espaço agradável, que ofereça um clima único para a exposição dos produtos. Vitrines escuras não são atrativas e podem passar despercebidas.

Além disso, a iluminação ajuda a dar destaque e cria efeitos para atrair a atenção dos potenciais clientes que passam na frente da loja.

Veja alguns pontos importantes em relação à iluminação:

- Destacar o produto.
- Transmitir conforto no momento da compra.
- Induzir clientes a entrar na loja.
- Chamar a atenção dos potenciais clientes.
- Integrar-se à arquitetura da loja e reforçar a identidade visual.

A iluminação das vitrines pode ser subdividida por tipos e sistemas distintos.

- Ambiental: utilizada para compor ambientes, geralmente está fixada no teto ou em outro ponto estratégico da loja.
- De efeito: tem um resultado mais dramático por conta do efeito de luz e sombra, através de lâmpadas bem posicionadas, refletores, spots ou filtros.



Sistemas de iluminação

Como você já viu, a iluminação é uma parte fundamental para que a composição fique completa. Existem alguns sistemas de iluminação diferentes. Conheça um pouco mais:

- Geral: é uma iluminação distribuída de forma que ilumine o ambiente em toda a sua extensão.
- Direta: quando a iluminação é direcionada para um determinado espaço.
- Indireta: o foco de luz é direcionado para o teto e esse a reflete para o ambiente. Para que o ambiente fique mais iluminado, o teto deverá ter cor clara, de forma que a luz seja refletida da melhor maneira possível.
- Direta/indireta: pode ser executada por luminárias pendentes. Assim, a loja pode destacar alguns pontos estratégicos.
- De destaque: dirige o foco de luz para o produto, fazendo com que ele ganhe destaque.





CONCLUSÃO

Mais do que expor produtos ou anunciar promoções, as vitrines têm a capacidade de atrair o cliente para dentro da loja. Por isso, consulte esse e-book sempre que quiser para montar vitrines atrativas, elaboradas e de forma competitiva, sem poluição visual.

Não se esqueça:

- Elabore uma vitrine temática e escolha qual é a melhor opção de acordo com o tema, data, cor ou estação do ano. Elabore um projeto de montagem, iluminação e que conste todos os itens que irão compor a decoração.
- Evite extrapolações como poluição visual e demasiada informação.
- Como a exposição de preços é uma obrigação legal, é importante demonstrar valores. No entanto, não esqueça que o foco será sempre o produto. Faça com que os preços façam parte da decoração da vitrine!



The logo for Sebrae, featuring the word "SEBRAE" in a bold, white, sans-serif font. Above and below the text are three horizontal white bars. The logo is set against a dark blue background that is part of a larger graphic design with white geometric lines.

SEBRAE

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada sem fins lucrativos, que conta com uma rede de quase 700 agências de atendimento presencial em todo o Brasil. Com o apoio e a orientação do Sebrae, as micro e pequenas empresas se fortalecem e geram mais empregos e renda para todo o Brasil.

O Sebrae na Bahia foi concebido para apoiar e fomentar a criação, a expansão e a modernização das micro e pequenas empresas do estado, capacitando-as para cumprir, eficazmente, o seu papel no processo de desenvolvimento econômico e social. Para facilitar o atendimento nas várias regiões, foram inauguradas diversas unidades de atendimento. Entre as ações que promovemos com o objetivo de tornar a sua empresa mais competitiva está o SEBRAETEC.

O SEBRAETEC é uma linha de apoio que leva inovação e tecnologia aos pequenos negócios, desenvolvido por meio de serviços tecnológicos personalizados para sua empresa nas mais diversas áreas. Após uma avaliação de sua empresa é sugerido um projeto que leva em conta a sua realidade. Para contratar esse serviço, basta procurar o Sebrae de sua região, que acionará especialistas para conduzir o processo de inovação da sua empresa. Dentre os produtos oferecidos, destacamos: Design de Ambiente - Layout Interno e Fachada.

Dessa forma, o Sebrae na Bahia fica ainda mais próximo de seus clientes, oferecendo soluções em educação, consultoria, acesso ao crédito e ao mercado, além de incentivar a abertura de novos pequenos negócios e a qualificação das empresas já existentes. Tudo para fomentar o progresso econômico e social do povo.

 /sebraepe  @sebraepe  (81) 9 9194 6690
0 8 0 0 5 7 0 0 8 0 0 • p e . s e b r a e . c o m . b r

The Sebrae logo, consisting of the word "SEBRAE" in a bold, black, sans-serif font, with three horizontal black bars above and below it.

SEBRAE
A força do empreendedor brasileiro.