



# ARTIGOS TÉCNICOS

Esta publicação é parte do “Projeto de desenvolvimento do setor de Panificação e Confeitaria com atuação na Qualidade, Produtividade e Sustentabilidade “

## 34 – Festivais de padaria

Um convite é um chamado para que as pessoas compareçam, estejam presentes ou participem. É uma forma corriqueira de divulgação. É usada inclusive em nosso cotidiano casualmente, um chamado para ação, seja uma reunião com amigos ou um evento mais formal. Ele aproxima as pessoas, estreita relacionamentos para vivenciar algo. Com isso em mente, o mercado atual criou uma nova rotina baseado num calendário único de eventos para estimular as pessoas a visitarem o ponto de venda.

Nas padarias, os Festivais se mostram como os grandes potencializadores das empresas. Eles servem como base promocional em períodos que intercalam grandes datas do calendário sazonal como o Natal, a Páscoa, as Festas Juninas e tantas outras, criando novas oportunidades de negócio. A realização destes eventos de forma constante se torna um novo estímulo para ampliar o consumo, divulgar produtos e atrair um novo público, que sempre fica esperando pelas próximas novidades.

Elaborar esse tipo de evento não é tão simples. Para uma estratégia ser bem sucedida se faz necessário um planejamento. A produção, o atendimento e o marketing são áreas da empresas que se envolvem nesse tipo de ação. Todos os setores precisam se preparar de forma que não atrapalhem outras atividades da sua rotina.



# ARTIGOS TÉCNICOS

Esta publicação é parte do “Projeto de desenvolvimento do setor de Panificação e Confeitaria com atuação na Qualidade, Produtividade e Sustentabilidade”

Primeiro é preciso escolher o tema que será utilizado no festival. Como fazer isso? Pense inicialmente no que está acontecendo no momento, tente tirar uma ideia do momento. Na Páscoa é fácil optar por um festival de chocolate ou de produtos juninos no meio do ano. Seja criativo! Que tal um Festival de Doces próximo do dia das crianças? De sucos no Verão? De produtos com acabamento especial com corações no Dia dos Namorados?

Outra possibilidade é pensar conforme a demanda ou sua expectativa. Escolher produtos que se encaixem num mesmo padrão, que tenham apelo do público, algum novo tipo de item que a panificadora começou a elaborar. Fazer uma seleção de uma determinada categoria para que os consumidores se sintam ainda mais estimulados a consumir ou conhecer. Oferecer destaque para um produto que precise despertar uma percepção de valor para o consumidor.

## PRODUÇÃO

Funcionários não podem ficar sobrecarregados.



Definição de produção



Planejamento de produção



Congelamento



## ESTOQUE

Mix e insumos precisam estar adequados para a atividade.



Manutenção de estoque



Negociação com fornecedores



Ottenção de preços mais atrativos



## ATENDIMENTO

A equipe da loja precisa estar preparada para oferecer melhores tens.



Tre namento de equipe



Abordagem a clientes



Degustação





# ARTIGOS TÉCNICOS

Esta publicação é parte do “Projeto de desenvolvimento do setor de Panificação e Confeitaria com atuação na Qualidade, Produtividade e Sustentabilidade “

Depois é preciso pensar nos itens. O setor de produção é crítico. Eles são os responsáveis por elaborar a maioria dos produtos que estarão em destaque para o público e precisam ser um foco de atenção. A utilização de um calendário de produção, informando os produtos a serem elaborados, em quantidade e em qual horário facilita a organização dos profissionais para que não fiquem sobrecarregados e nem deixem a loja desabastecida. A utilização de técnicas de congelamento é outra possibilidade interessante. Com um planejamento bem adiantado, os profissionais podem produzir os itens que serão comercializados durante o festival com muita antecedência, permitindo armazenar para utilizar no momento mais adequado.

Com tudo organizado internamente a empresa precisa expor os produtos para seus consumidores e divulgar a ação. Nesse momento é importante preparar a equipe de atendimento com conhecimento sobre os produtos para realizar algum tipo de abordagem, seja explicando sobre a ação, os produtos ou realizando algum tipo de degustação. A realização do festival precisa ser divulgada com alguma antecedência para gerar expectativa e fazer com que o consumidor se sinta convidado a participar e conhecer os produtos.

O local de exibição dos produtos também é importante. Precisa ser um ponto central da loja, com bastante fluxo de clientes e com boa visualização. É



importante que este ponto chame bastante atenção e que esteja identificado corretamente indicando a realização do festival e suas regras, caso tenha alguma. Os produtos também precisam estar explicados e um atendimento personalizado pode ajudar a maximizar as vendas.

Durante um festival toda a padaria se movimenta para sua realização, com foco em maximizar a comercialização destes produtos selecionados. Esse tipo de momento é hoje uma das grandes estratégias do mercado e tem ajudado muitas panificadoras a obter bons resultados no mercado.



# ARTIGOS TÉCNICOS

Esta publicação é parte do “Projeto de desenvolvimento do setor de Panificação e Confeitaria com atuação na Qualidade, Produtividade e Sustentabilidade “

## Pontos de atenção:

Na hora de realizar um festival você precisa direcionar as táticas de vendas para os consumidores terem um incentivo a mais de frequentarem sua empresa.

O Apadrinhamento de Produtos é um procedimento interno onde a empresa vincula determinados itens a colaboradores. É uma ferramenta útil na divulgação de novidades ou daqueles que têm pouca saída, provavelmente porque poucos clientes os conhecem. Também é possível utilizar a técnica para promover produtos sazonais, como caldos, canjica, panetone ou colomba pascal, por exemplo.

Estabelecer metas ajuda o funcionário a ter foco nos resultados e a considerar o desafio como algo construtivo para a empresa. A meta pode ser, por exemplo, finalizar 15 vendas do produto apadrinhado, ou informar 20 clientes sobre o produto, mesmo que não seja realizada a compra. Se for interessante para a empresa, é possível inclusive oferecer brindes para quem atingir a meta de apadrinhamento do dia.

O gerente responsável pelo turno deve ser responsável por manter o registro dos resultados do apadrinhamento do dia, de acordo com a tabela a seguir.

Data	Funcionário	Produto	Quantidade	
			Inicial	Final

Os funcionários devem ser informados sobre os resultados para que possam avaliar sua própria performance e se sentir motivados para a próxima rodada de apadrinhamento.

Para o apadrinhamento, lembre-se de investir primeiro nos pontos mais fortes, para manter a concorrência sempre afastada da sua área de destaque no mercado. Também dê maior atenção aos produtos que fabrica. Através deles você tem condição de ter uma margem de contribuição maior.