

10 dicas para melhorar o visual de sua loja

2013 - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei n.º 9.610).

Informações e Contato

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Unidade de Atendimento Coletivo Comércio

SGAS Quadra 605, Conjunto A – CEP 70200-904 – Brasília – DF

Telefone (61) 3348 7433

www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Roberto Simões

Diretor-Presidente

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

Diretor - Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio dos Santos

Gerente da Unidade de Atendimento Coletivo Comércio

Juarez de Paula

Gerente Adjunto da Unidade de Atendimento Coletivo Comércio

Ricardo Villela de Souza

Coordenação

Wilsa Sette Morais Figueiredo

Projeto Gráfico

Pollyanna Olifer

Versão Novembro 2013



O ponto de venda, conhecido também como PDV, é o local onde o consumidor passa pela experiência de compra, se encanta com o produto e torna-se fã de sua marca.

Portanto, é necessário que o cliente ou potencial cliente sintam-se atraído ao entrar em sua loja, e fique satisfeito dentro dela.

Pare que isso aconteça, planejamento e ação são fundamentais.

Esta cartilha traz 10 dicas para que sua loja torne-se tão atrativa quanto vendável.



DICA
1

FACHADA



Fachada é toda área frontal da loja incluindo: calçadas, muros, jardins, paredes, luminosos e demais instrumentos de comunicação.

FICAM AS DICAS:

1

A fachada deve estar sempre limpa, em boa manutenção, sem rachaduras, manchas, pichações, etc.

2

A logomarca no letreiro deve ser simples, de fácil memorização e passar o conceito da loja e sua atividade.

3

Mantenha sempre o mesmo padrão de cores da logomarca na fachada. Isso ajuda o cliente a fixar e lembrar sua marca.

4

A fachada deve ser atraente e visível tanto de dia quanto de noite. Mantenha a conservação das lâmpadas sempre em dia.

5

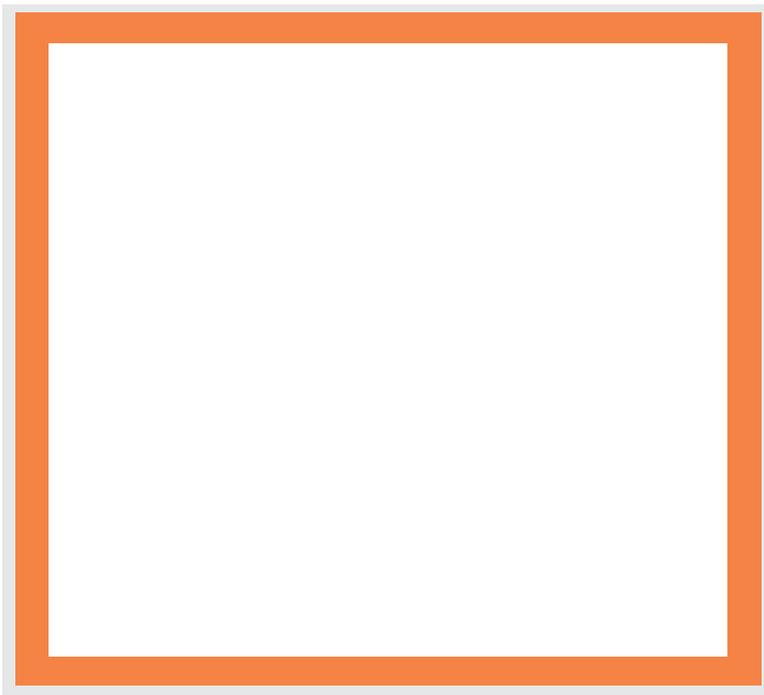
Uma calçada bem conservada embeleza e valoriza a loja, pois as pessoas deixam de se preocupar com buracos e obstáculos na calçada, a fim de evitar acidentes, e passam a observar as vitrines.

DICA
1

VAMOS PRATICAR?!

Agora é a hora da ação! Estes dois espaços foram separados para você colocar uma foto de antes e depois. Antes de suas mudanças e depois das ações tomadas:

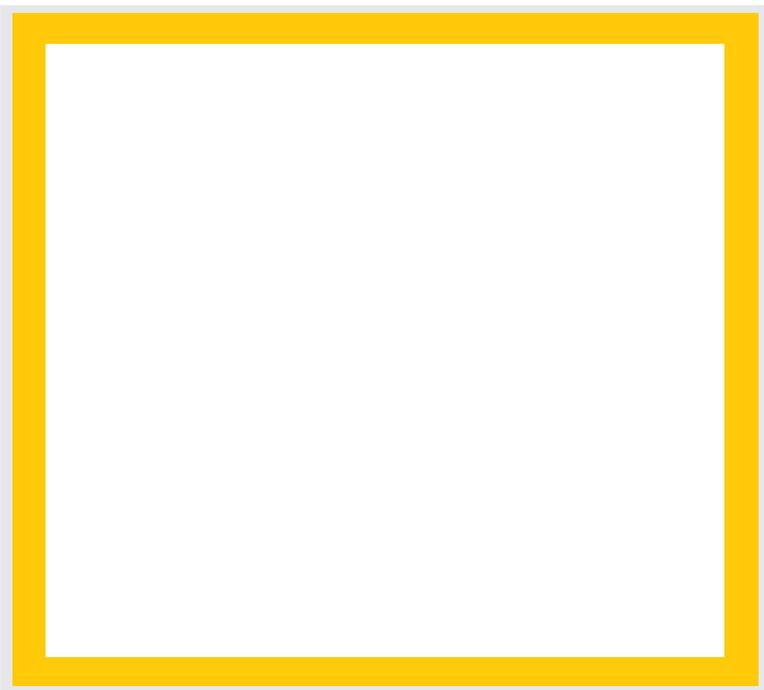
Antes



como era...

Pontos de melhoria:

Depois



como ficou!

Ações tomadas:

DICA 2

VITRINE

Vitrine boa é vitrine que vende!
Ela é responsável por
até 75% das vendas.



FICAM AS DICAS:

1

As vitrines devem refletir o mix de produtos comercializados na loja e seu público-alvo. Os produtos expostos devem estar em estoque.

A vitrine precisa ser dinâmica, a troca de produtos gera movimento e atrai os olhares de quem passa por ela. O ideal é que a troca seja pelo menos de 15 em 15 dias, podendo realizar pequenas modificações ao longo deste período.

2

3

A iluminação das vitrines deve ser planejada de forma a destacar os produtos expostos.

Especialistas orientam trabalhar entre três ou quatro cores diferentes, para evitar poluição visual na vitrine.

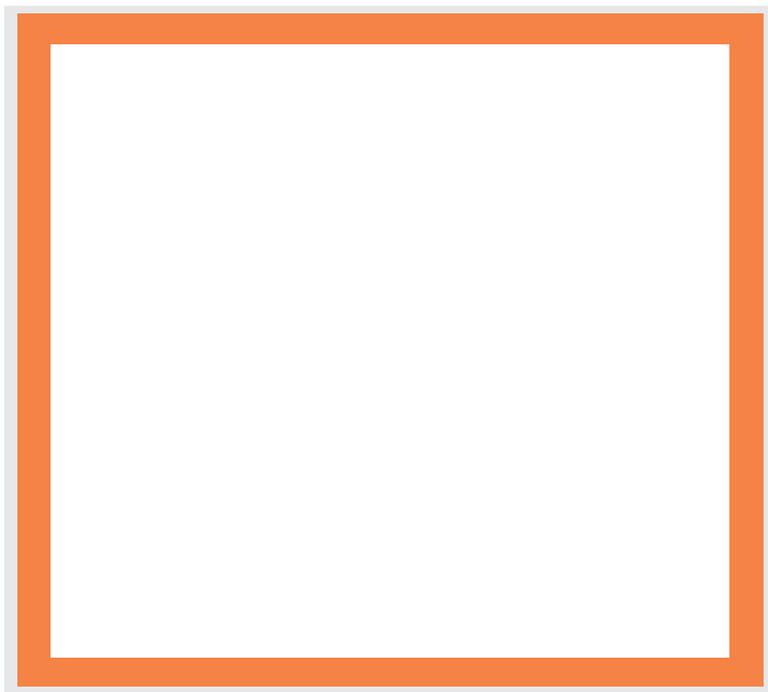
4

5

Os produtos que estão posicionados ligeiramente abaixo da linha da visão (1,60 m do piso da vitrine) são mais percebidos pelos clientes.

Agora é a hora da ação! Estes dois espaços foram separados para você colocar uma foto de antes e depois. Antes de suas mudanças e depois das ações tomadas:

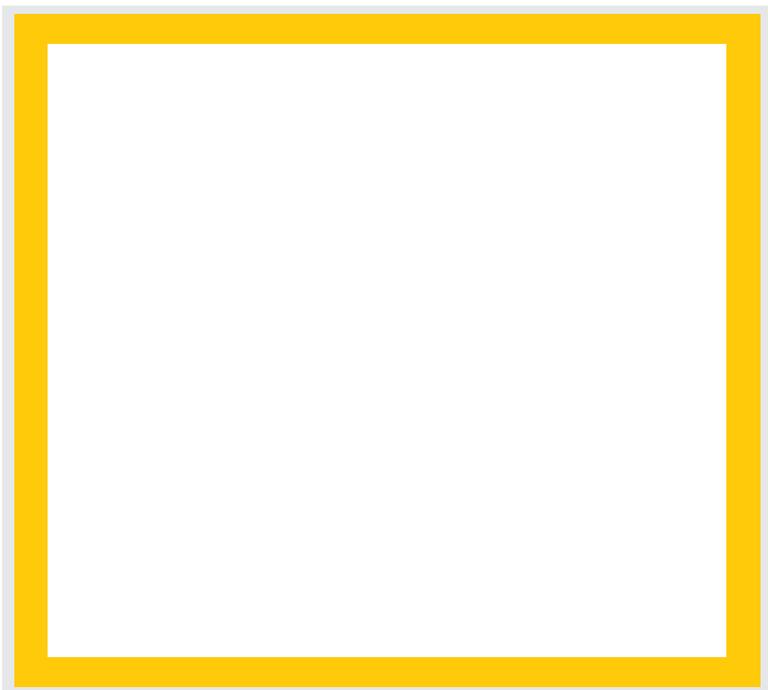
Antes



como era...

Pontos de melhoria:

Depois



como ficou!

Ações tomadas:

DICA 3

ILUMINAÇÃO



A iluminação ajuda nas vendas, na criação de um ambiente confortável para o cliente e permite direcionar o foco de atenção para os produtos em destaque.

FICAM AS DICAS:

7

A iluminação contribui para tornar a loja confortável, convidativa e agradável. É uma poderosa ferramenta para atrair um cliente potencial para uma loja.

Iluminação fria (branca) deixa o ambiente mais claro, aumentando a visibilidade do produto, deixando o cliente mais confiante para suas decisões de compra.

2

3

Iluminação quente (amarelada) revela características, detalhes, cores e texturas. É mais indicada para iluminar um produto específico, dando-lhe um destaque especial.

Mantenha em dia a manutenção do sistema de iluminação, evitando lâmpadas queimadas.

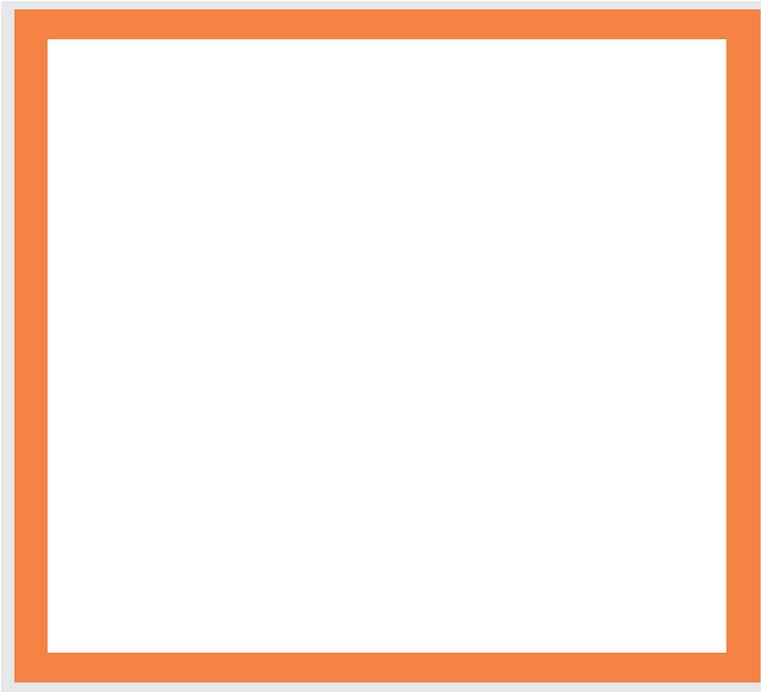
4

5

Um bom provador deve ser bem iluminado. A iluminação quente (amarela) é a ideal para evitar distorções nas cores dos produtos.

Agora é a hora da ação! Estes dois espaços foram separados para você colocar uma foto de antes e depois. Antes de suas mudanças e depois das ações tomadas:

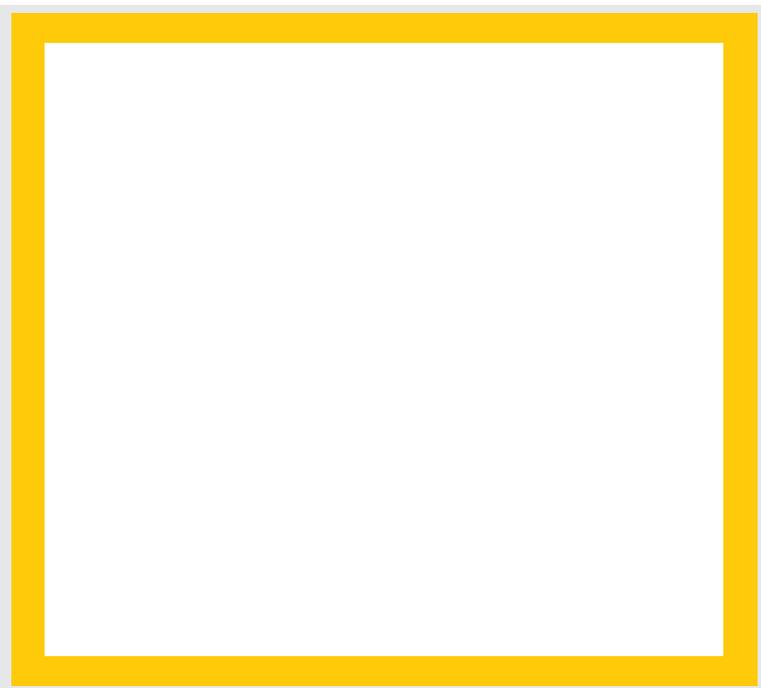
Antes



como era...

Pontos de melhoria:

Depois



como ficou!

Ações tomadas:

DICA 4

MOBILIÁRIO

O cliente busca conforto na hora da experiência de compra, quanto mais à vontade ele estiver, mais tempo ele ficará na loja e será motivado a comprar.



FICAM AS DICAS:

1

Os móveis devem ocupar menos da metade do espaço da loja para facilitar a visualização de produtos, a circulação de clientes e evitar que a loja passe uma impressão de apertada e desconfortável.

2

Os mobiliários devem ser de boa qualidade, duráveis, práticos e versáteis, com possibilidade de ajuste em qualquer área da loja; o ideal é que sejam modulados.

3

O mobiliário deve ter altura máxima de 2,00m e altura mínima acima do chão de 50cm, abaixo disso utilize apenas para base de exposição.

4

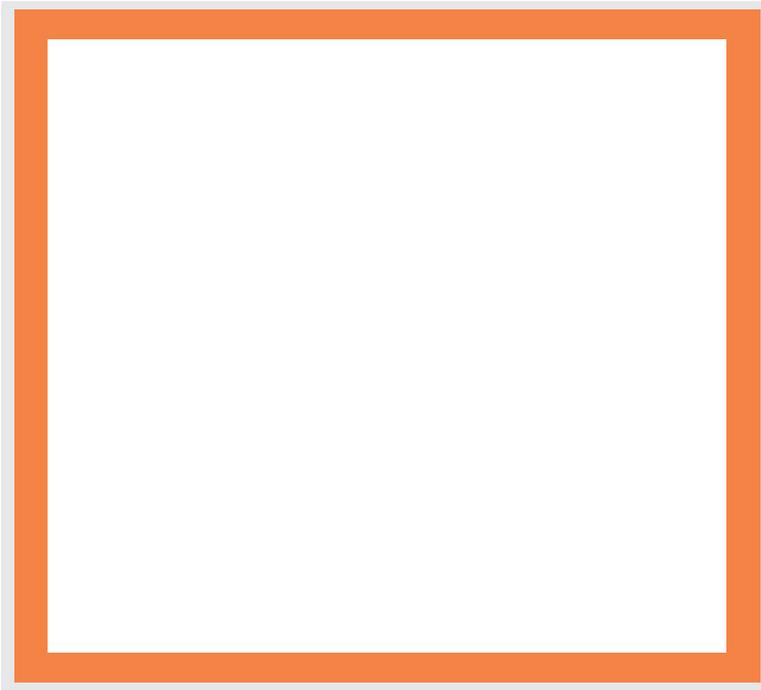
Os provadores devem ser em número suficiente, sinalizados, seguros e fáceis de achar. É fundamental possuir bom espelho, espaço acessível, iluminação adequada, ganchos suficientes, banquetas, tapete e uma boa ventilação.

5

Os manequins destacam os produtos, mas é a escolha dos produtos que vem em primeiro plano. Crie um padrão discreto e utilize o mesmo estilo de manequim em toda loja, lembrando-se de adaptá-los ao seu público-alvo.

Agora é a hora da ação! Estes dois espaços foram separados para você colocar uma foto de antes e depois. Antes de suas mudanças e depois das ações tomadas:

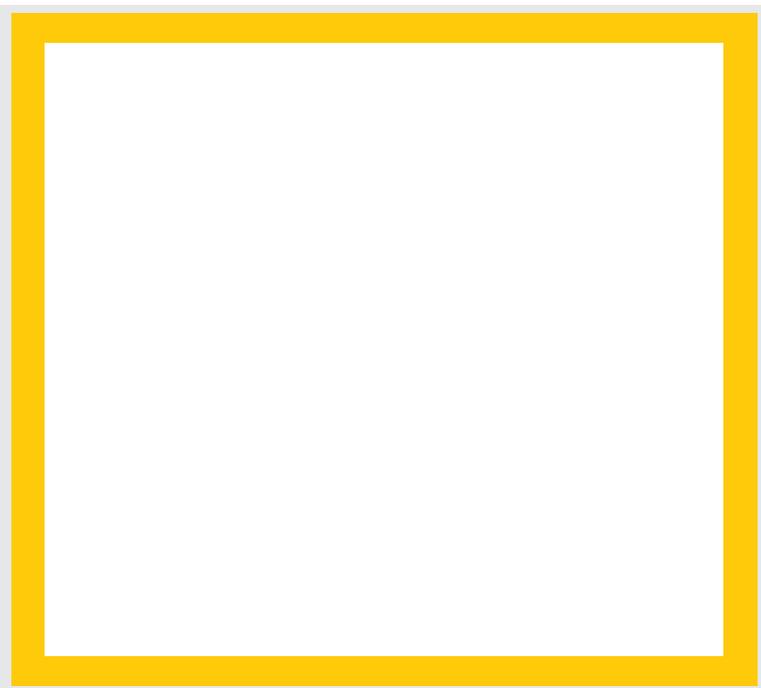
Antes



como era...

Pontos de melhoria:

Depois



como ficou!

Ações tomadas:

DICA
5

CIRCULAÇÃO



Quanto mais livre for a circulação maior será o espaço percorrido pelo cliente dentro da loja e maior será a possibilidade de compra.

FICAM AS DICAS:

7

A porta de entrada da loja deve ser percebida com clareza, de preferência sempre aberta e com dimensões adequadas que atendam pessoas com deficiência e mobilidade reduzida. Deve possuir rampas e portas de no mínimo 80 cm de largura.

O ideal é que haja, no mínimo, 80 centímetros de distância entre os mobiliários, para permitir uma boa circulação aos clientes.

2

3

Próximo às áreas de circulação, coloque produtos que tenham maior destaque no mix da loja.

4

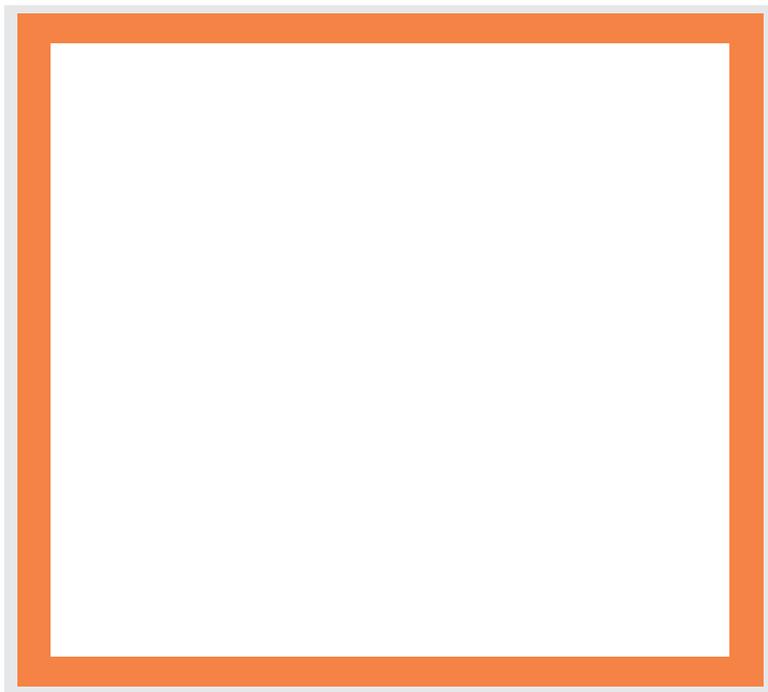
Determine a circulação no salão de vendas através de um percurso de compra. Para isso utilize móveis e equipamentos pequenos e crie corredores que conduzam o cliente pela loja. O objetivo é direcionar o olhar do cliente para um maior número de produtos e aumentar a chances de vendas.

5

O fluxo de circulação da loja tende a dirigir-se para direita de quem entra, centro-fundo, esquerda e retornar para entrada. Coloque atrativos no fundo da loja, como produtos em promoção, para garantir a circulação por todo o espaço.

Agora é a hora da ação! Estes dois espaços foram separados para você colocar uma foto de antes e depois. Antes de suas mudanças e depois das ações tomadas:

Antes



como era...

Pontos de melhoria:

Depois



como ficou!

Ações tomadas:

DICA 6

EXPOSIÇÃO DE PRODUTOS

Produtos precisam estar visíveis para encantar e estimular os clientes a comprar. Um ponto de venda atraente é aquele que atende às necessidades de seus clientes.



FICAM AS DICAS:

7

As alturas ideais para atrair os olhares dos clientes permitindo maior visibilidade e acesso aos produtos são:

- 2,00m (altura máxima);
- 50cm (altura mínima);
- 1,00m a 1,60m (altura das mãos – ponto de pega);
- 1,60m (altura dos olhos).

Organizar os produtos por categoria (roupas de festa, sociais, esportivas), cores, estilos, etc, facilita a tarefa do cliente de encontrar o que precisa em um único ponto da loja.

2

3

Para dar destaque a um produto em especial, coloque-o cerca de 1,50m da entrada da loja e do lado direito. Esta zona é considerada quente por proporcionar maior atração visual.

Pequenos produtos, novidades e promoções são comprados por impulso, coloque-os em pontos estratégicos e próximos aos caixas.

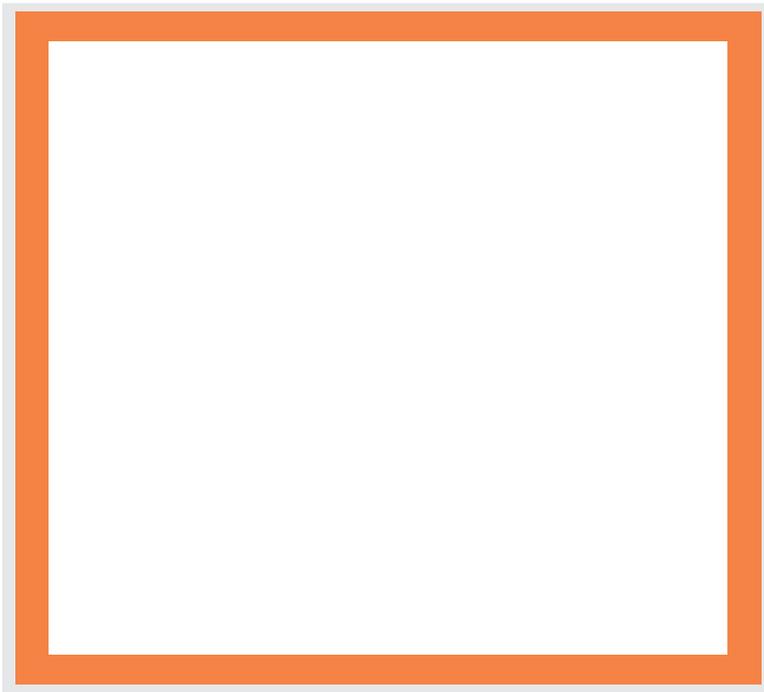
4

5

As promoções precisam ter um prazo determinado, no máximo 30 dias, acima desse prazo deixam de ser atrativas.

Agora é a hora da ação! Estes dois espaços foram separados para você colocar uma foto de antes e depois. Antes de suas mudanças e depois das ações tomadas:

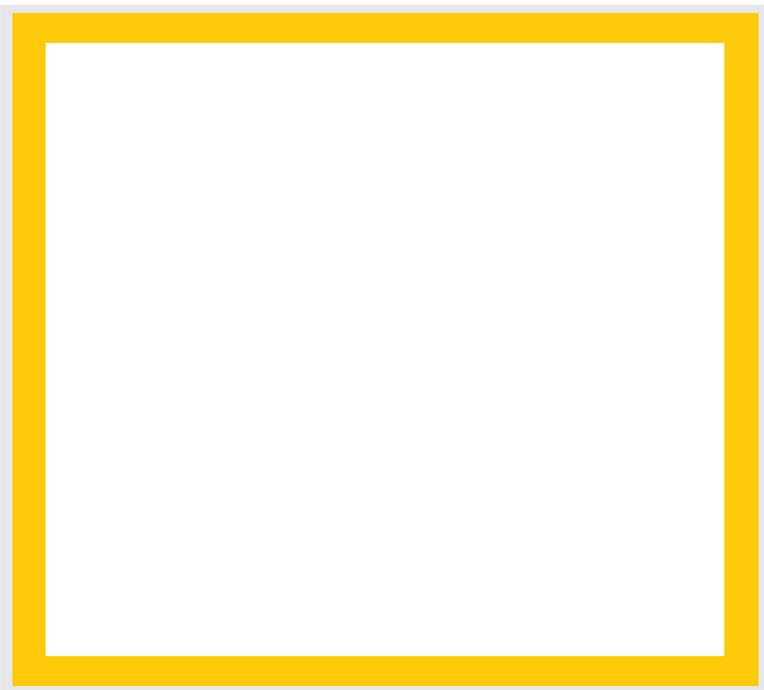
Antes



como era...

Pontos de melhoria:

Depois



como ficou!

Ações tomadas:

DICA
7

CLIMATIZAÇÃO

Estudos mostram que temperaturas agradáveis acalmam e proporcionam um ambiente de compra mais envolvente. Manter a loja climatizada requer atenção e cuidados constantes.



FICAM AS DICAS:

1

A temperatura no salão de vendas pode determinar a permanência do cliente dentro da loja. Temperaturas muito baixas, ou calor excessivo gera incomodo ao cliente.

2

Cuide para que sua loja sempre mantenha uma temperatura agradável, adaptando-a conforme as estações do ano.

3

Manter a porta fechada, devido ao ar condicionado, inibe a entrada de clientes. Uma boa alternativa é instalar uma cortina de ar, ou manter a sinalização de “ABERTO” quando a loja estiver funcionando.

4

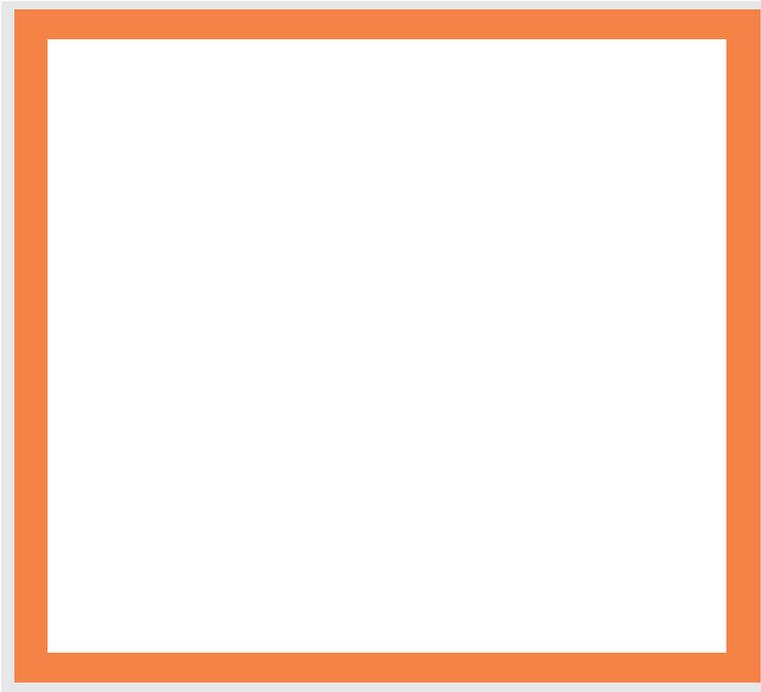
Ventiladores proporcionam frescor e é boa alternativa para manter a temperatura da loja agradável.

5

Manter em dia a conservação de ventiladores e de ar condicionados evita que barulhos e outros problemas causados pela falta de manutenção incomodem os clientes na hora da compra.

Agora é a hora da ação! Estes dois espaços foram separados para você colocar uma foto de antes e depois. Antes de suas mudanças e depois das ações tomadas:

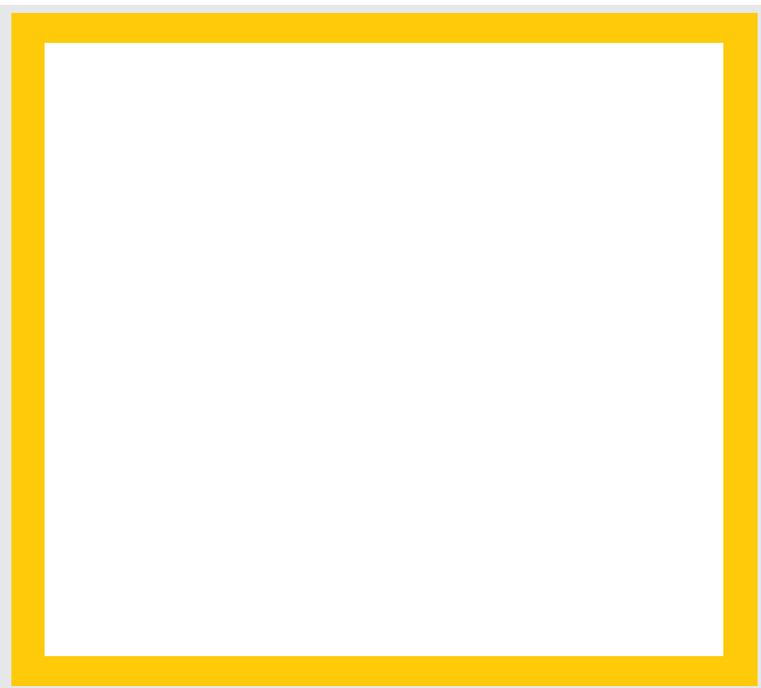
Antes



como era...

Pontos de melhoria:

Depois



como ficou!

Ações tomadas:

DICA 8

COMUNICAÇÃO VISUAL

A comunicação visual deve despertar o interesse do cliente. Seu papel é de informar e conduzir o cliente por todo universo da loja.



FICAM AS DICAS:

7

As cores da marca devem ser as mesmas desde a fachada até os uniformes.

2

Cartazes, banners, faixas, placas, móveis e etc., devem ser de fácil leitura, sem excessos de imagens e escrita, localizados em pontos estratégicos, na altura dos olhos e sem interferir na circulação da loja.

3

Toda comunicação possui prazo de validade. Cartazes e banners envelhecidos prejudicam a imagem da loja.

4

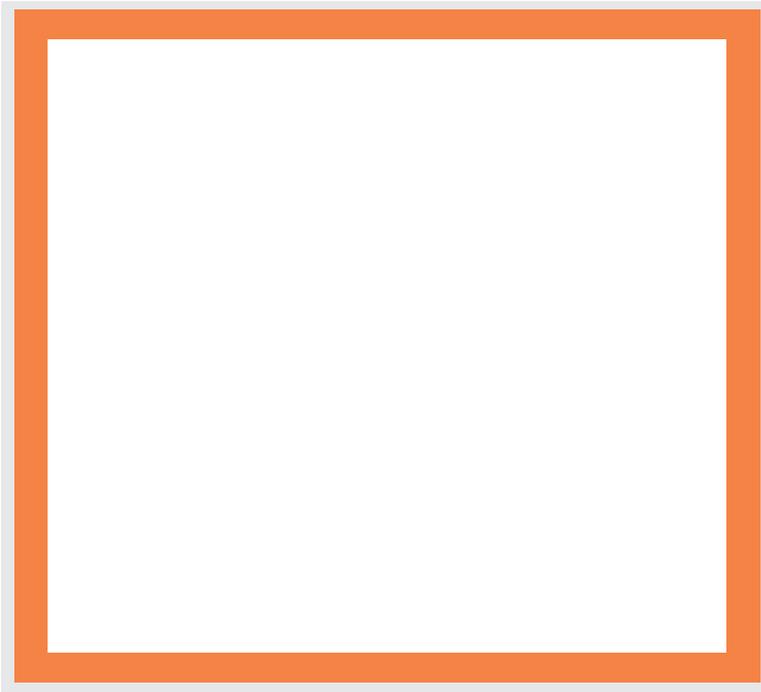
A sinalização da loja deve ser clara e visível para orientar os clientes a encontrar os produtos, caixa, banheiros e etc.

5

Um som ambiente adequado ao público-alvo e ao posicionamento da loja, alinhado a uma fragrância agradável, deixam boa lembrança aos clientes e funcionam como um atrativo a mais para a loja.

Agora é a hora da ação! Estes dois espaços foram separados para você colocar uma foto de antes e depois. Antes de suas mudanças e depois das ações tomadas:

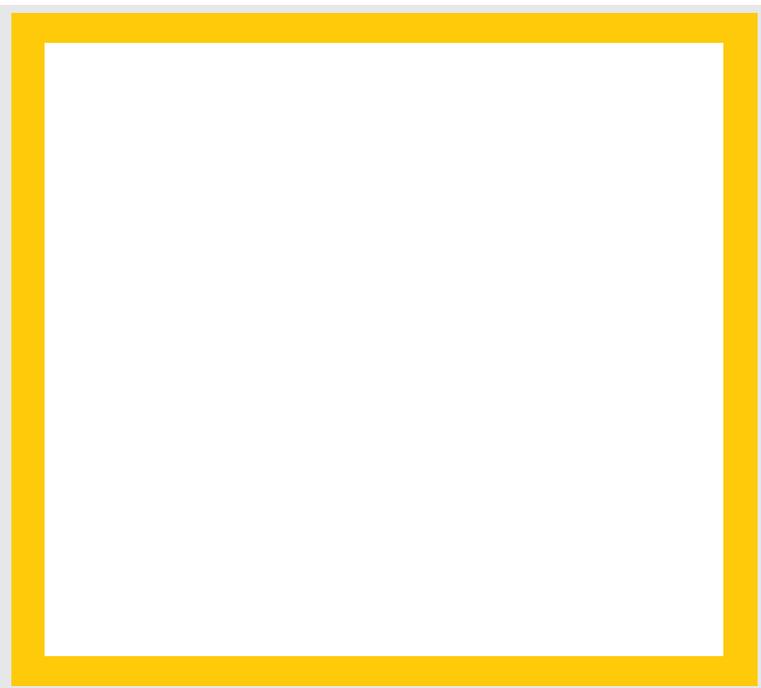
Antes



como era...

Pontos de melhoria:

Depois



como ficou!

Ações tomadas:

DICA
9

BANHEIROS E COPA

Pequenos detalhes fazem toda a diferença! Cuidados com o bem estar dos clientes proporcionam admiração e encantamento.



FICAM AS DICAS:

1

A sinalização dos banheiros deve possuir bonecos indicativos de masculino, feminino ou unissex;

Os banheiros devem manter o mesmo padrão de limpeza, organização e apresentação do salão de vendas;

2

3

Utilizar produtos de higiene pessoal de boa qualidade e à disposição dos usuários.

Manter um espaço reservado para copa revela cuidado com os colaboradores permitindo que eles possam se alimentar e descansar nos intervalos pré-estabelecidos.

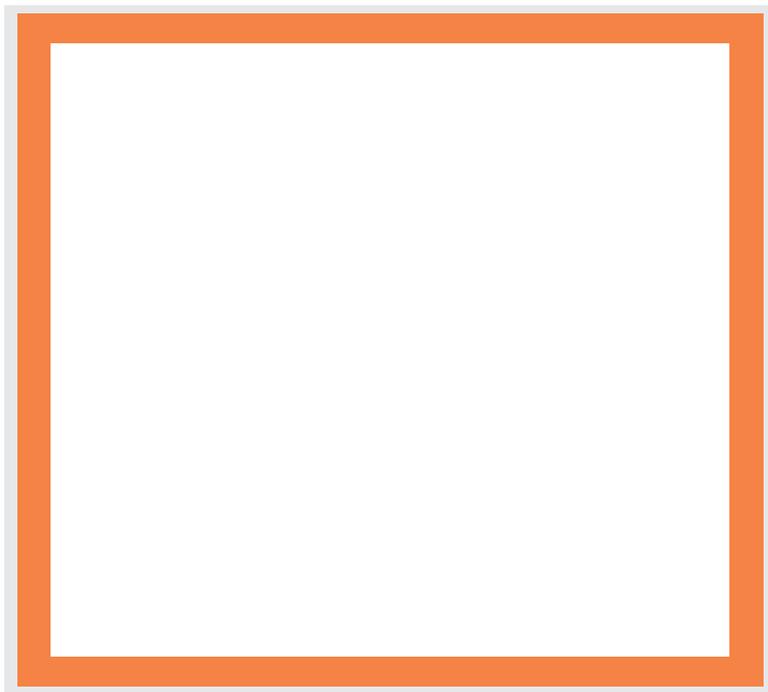
4

5

Ter um espaço no salão de vendas para proporcionar “mimos” aos clientes como café, chás, suco, chocolates, balas, etc. faz toda diferença e causam uma boa impressão. Utilize espaços ou bancadas próximos aos caixas.

Agora é a hora da ação! Estes dois espaços foram separados para você colocar uma foto de antes e depois. Antes de suas mudanças e depois das ações tomadas:

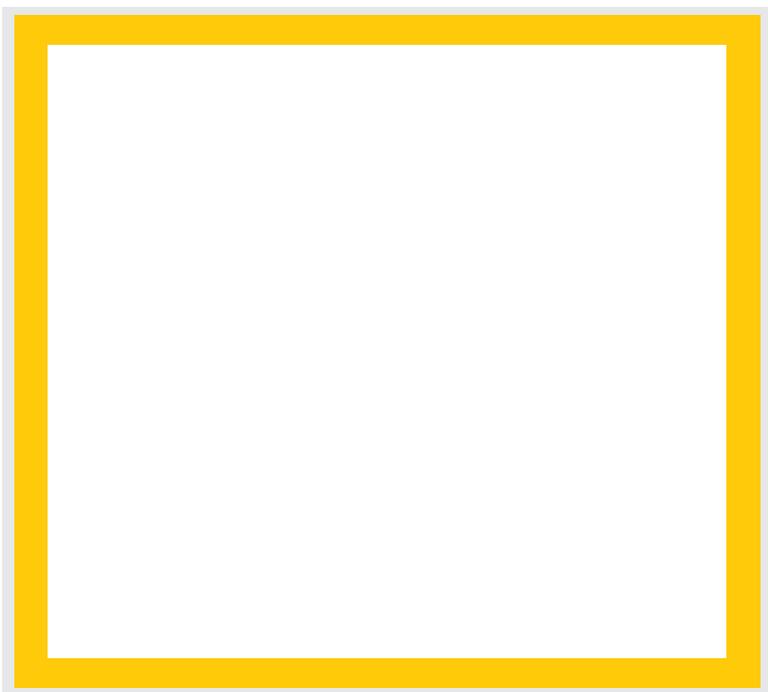
Antes



como era...

Pontos de melhoria:

Depois



como ficou!

Ações tomadas:

**DICA
10**

PRECIFICAÇÃO

“Os preços de produtos e serviços deverão ser informados adequadamente, de modo a garantir ao consumidor a correção, clareza, precisão, ostensividade e legibilidade das informações prestadas.”

(Art. 2º do Decreto nº 5.903, de 20 de Setembro de 2006)



Foto: Sílvia Demetres

FICAM AS DICAS:

1

O ideal é que o preço tenha letra legível, em tamanho proporcional que permita fácil leitura e que não chame mais atenção do que o produto.

Coloque-o, se possível, à direita da visão do cliente e na parte de baixo do produto exposto, com cuidado para não escondê-lo.

2

3

Use cores chamativas somente para destacar produtos em promoção.

Os preços dos produtos expostos à venda devem ficar sempre visíveis aos consumidores enquanto o estabelecimento estiver aberto ao público, conforme Decreto nº 5.903, de 20 de Setembro de 2006.

- Acesse outras informações importantes sobre precificação no site:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/Decreto/D5903.htm

4

5

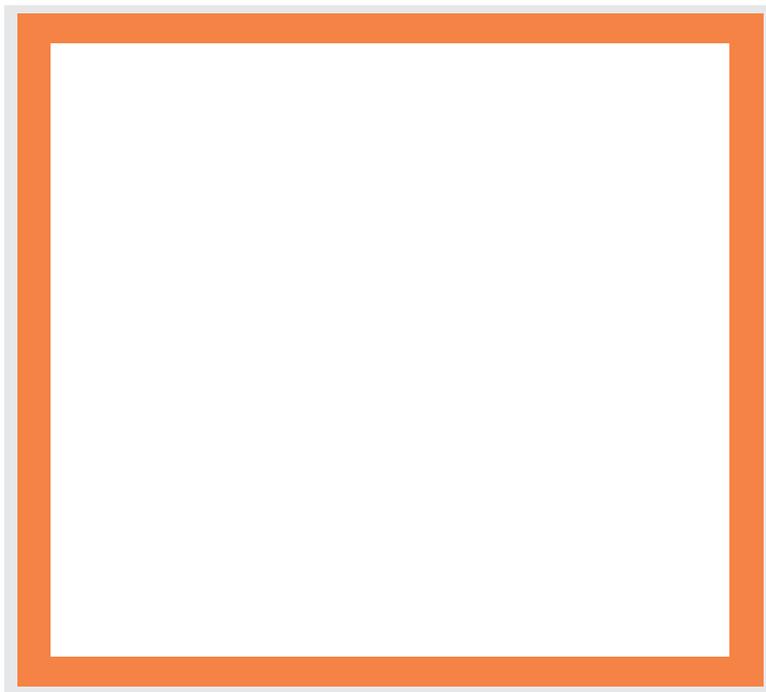
A Lei Nº 12.741, de 8 de Dezembro de 2012 obriga às empresas brasileiras a detalhar, nas notas fiscais fornecidas aos clientes, a quantidade de impostos paga pelo consumidor.

- Maiores informações acesse o site:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12741.htm

Agora é a hora da ação! Estes dois espaços foram separados para você colocar uma foto de antes e depois. Antes de suas mudanças e depois das ações tomadas:

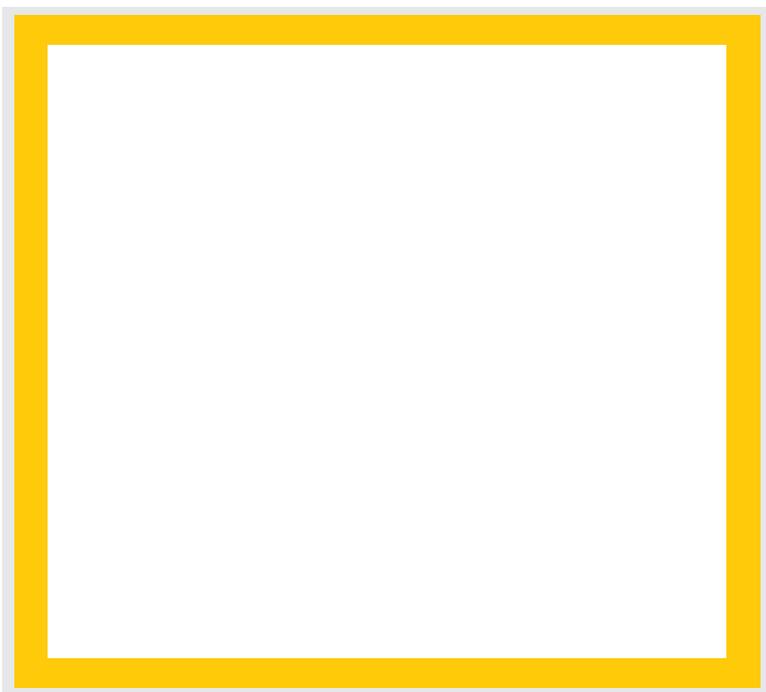
Antes



como era...

Pontos de melhoria:

Depois



como ficou!

Ações tomadas:



0800 570 0800 / www.sebrae.com.br