

revista

Edição 9 | maio 2016 | ano 2

EBC
Editora Brasileira de Comércio

Varejo

de vizinhança

DIA DAS MÃES

Saiba aproveitar a data unindo o varejo alimentar à oferta de presentes, agregando valor no ponto de venda

ENTREVISTA

Marcos Samaha, do Grupo Pão de Açúcar, aborda os formatos de proximidade Minimercado Extra e Minuto Pão de Açúcar

RUPTURA

Como o varejista pode resolver um dos seus maiores problemas, cuja negligência é capaz de derrubar a rentabilidade do seu negócio

C A P A



BRILHANTO

Itens diferenciados aumentam os resultados em até 20%

Patricia Brat, diretora de Marketing da Gourmant

precisa dar", explica Adriana. Para este Dia das Mães, a empresária aposta na venda de semijoias e chocolates finos. Ela também destaca que vinhos e alimentos de maior valor agregado, como o camarão, têm boa saída na época. "Os clientes procuram por ingredientes especiais para realizar um almoço de domingo mais elaborado", salienta. A varejista também oferece embalagens especiais para presente, que quase funcionam como um presente à parte e que ajudam a compor o momento de comemoração.

Chocolate cai bem em qualquer época do ano, principalmente quando se quer agradar a uma pessoa querida. No caso das mães, as embalagens diferenciadas recebem grande destaque na gôndola, onde até mesmo o item tradicional ganha sabores e formatos mais refinados. Para a Gourmant Ali-

mentos, este período é propício para lançar produtos que tenham alguma ligação com a data. A importadora apresenta novidades na linha belga Delafaille, com sua caixa de trufas, na linha francesa Jacquot, com uma caixa de bombons em formato de laço, e na linha Storck, com uma caixa de chocolates Mercier.

DEGUSTAÇÃO

Para promover os lançamentos no ponto de venda, a empresa aposta na tradicional e sempre eficaz ação de degustação. Patricia Brat, diretora de Marketing da importadora, conta que as vendas durante o Dia das Mães são significativas e deverão aumentar neste ano. "Com itens diferenciados, os resultados tendem a crescer de 15% a 20% em relação aos meses anteriores", diz ela. Produtos de maior valor agregado, como os chocolates premium, merecem um posto diferenciado na loja. Recomenda-se que o varejista monte um espaço com esses itens, indicando soluções para presentes, como vinhos e cestas, acompanhados de frutas secas e doces finos.

A Nadir Figueiredo pretende reformar a seção de bazar neste Dia das Mães com novos artigos de vidro, conjuntos e embalagens para as marcas Marinex e Nadir. "Temos dois grandes pacotes de lançamentos por ano. Um deles destina-se a atender o primeiro semestre, especialmente o Dia das Mães", explica Paulo de Paula e Silva, diretor de Marketing da empresa. O executivo lembra que a data é a segunda mais importante nos resultados da companhia, e que itens de bazar têm preços atrativos e são ideais para protagonizar o almoço comemorativo. ■