

Data: Abril/2017

Veículo: Revista Varejo de Vizinhança (digital)

Produto: Entrevista Dia das Mães

Link: <https://bc.pressmatrix.com/pt->

[BR/profiles/6cc896219afe/editions/d2df37cdd58e924af634/pages/page/16](https://bc.pressmatrix.com/pt-BR/profiles/6cc896219afe/editions/d2df37cdd58e924af634/pages/page/16)



Edição 16 | mar/abr 2017 | ano 3

**revista varejo**  
de vizinhança

**EBC**  
Editora Brasileira do Comércio

**CORINGA  
DAS VENDAS**

Cartão de crédito próprio  
se torna alternativa para  
o varejista vender mais

**DIA DAS MÃES**  
Dicas para alavancar faturamento  
em data sazonal com produtos,  
exposição, atendimento e  
decoração diferenciados

**ENTREVISTA**  
Laurent Elizabeth, vice-presidente  
de Marketing do DIA no Brasil,  
explica a estratégia da  
companhia espanhola no País

SAZONAL

# A ESTRELA DO PRIMEIRO SEMESTRE

Dia das Mães avança perspectiva de vendas em até 20% para fabricantes de itens sazonais

por Andréia Martins

26 [www.varejodevizinhanca.com.br](http://www.varejodevizinhanca.com.br) MAR/ABR 2017

**A**ressaca pascal vai ser mais curta neste ano. Isso porque a data foi comemorada com uma diferença inferior a trinta dias do Dia das Mães, que acontecerá no dia 14 de maio. Esse curto período entre comemorações no calendário comercial tem beneficiado o comerciante que põe uma grande ênfase nas vendas sazonais. Mas engana-se quem segue uma cartilha única para compor mix e ações em sua loja seja qual for a data. Considerado o segundo momento de maior importância em vendas no varejo brasileiro – atrás apenas do Natal –, o Dia das Mães requer uma atenção redobrada nessa composição especial. Com perspectivas de vendas animadoras, a indústria acredita na credibilidade que as mães têm junto aos filhos, na qualidade de seus produtos e no bom desempenho das categorias no ponto de venda. “Temos a expectativa de crescimento de 20% em relação ao mesmo período no ano anterior”, avalia Teodosio Piedrahita, diretor-comercial da Família Zanlorenzi, fabricante de vinhos, sucos e espumantes. Nesta edição, a revista VAREJO DE VIZINHANÇA destaca 11 dicas de exposição, atendimento, mix de produtos e decoração para o varejo alimentar de baixo atender a clientela com qualidade para o Dia das Mães. Confira:



**Cabe ao comerciante ser criativo e saber como deve promover o que tem para oferecer**

Mario Persona, consultor de Marketing no Varejo

**2** *Facilite a vida do cliente que é inseguro ou não sabe o que comprar. A primeira opção consiste em oferecer kits presentáveis com itens de beleza, alimentos importados ou bebidas finas. Faça combos por faixa de preço e por motivos, facilitando a vida de seus clientes para poder apresentar melhor suas mães. Se, mesmo assim, a dúvida sobre a melhor opção persistir, ofereça um vale-presente e tenha a possibilidade de realizar vendas extras quando a mãe for trocar o vale na loja. “Cabe ao comerciante ser criativo e saber como deve promover o que tem para oferecer”, diz Persona.*

**3** *Sabemos que em uma loja de um a quatro caixas, a presença de espaço livre é quase uma utopia. E quando se trata de datas especiais, é necessário adequar o local para valorizar as vendas. Pense no layout da loja a partir da porta de entrada e evite obstáculos e bloqueios visuais. Uma livre circulação permite que os clientes tenham uma visão ampla da loja.*

**1** *Mario Persona, consultor de Marketing no Varejo, destaca duas famílias de produtos para o período. A primeira é composta por itens presentáveis, como flores, caixas de bombons e chocolates, utensílios para casa, hidratantes corporais, sabonetes especiais e canecas decoradas. E a segunda reúne produtos para os filhos prepararem uma refeição no domingo especial, com molhos prontos, massas, taboas de frios, vinhos e outros itens para uma cesta de café da manhã.*

MAR/ABR 2017 [www.varejodevizinhanca.com.br](http://www.varejodevizinhanca.com.br) 27

SAZONAL

**4** *Caso isso seja necessário, estenda o horário de sua loja nesse período. Muitas pessoas querem presentear suas mães, mas, por causa de outros compromissos, não conseguem ir às lojas nos horários convencionais. Por causa do bom volume de vendas que o Dia das Mães proporciona, vale a pena estender o horário comercial nos dias que o antecedem.*

**5** *Eduardo Avendanho, consultor comercial da Bio Extratus, enfatiza que nessa data a indústria prepara diversas ações para os pontos de venda. “Elaboramos campanhas de imagens com a temática do Dia das Mães. Os produtos são lançados e trabalhados para oferecerem uso constante. Temos nichos temáticos e sempre buscamos fazer parcerias com os lojistas a fim de que, junto aos nossos distribuidores, ações possam ser realizadas para a obtenção de uma exposição melhor e de melhores resultados”, explica.*

**6** *Faça um balanço de como foi o movimento em sua loja no Dia das Mães dos anos anteriores e verifique se precisará contratar mais pessoas. Aproveite a proximidade com seus clientes nesse momento e os convide com antecedência a fazerem as compras para o Dia das Mães em sua loja. Se possível, promova um café da manhã para as mães oferecendo-lhes produtos que são comercializados na loja.*

**7** *Destacamos, no início desta matéria, a perspectiva de crescimento em vendas da Família Zanlorenzi em 20% no período. Para conquistar esse resultado, a companhia pretende realizar ações de degustação e disponibilizar embalagens especiais para deixar seus produtos com acabamento mais premium e presentáveis. “Os famosos kits também serão nossa aposta. Compostos de um Espumante e duas taças, eles têm visor e alça, e estarão disponíveis nas versões Lunar Oro Asti e Brut, e também Lunar Perfetto Brut, Moscato e Rosé Brut”, completa Teodosio Piedrahita, diretor-comercial da empresa.*

**Piedrahita: a companhia pretende realizar ações de degustação**

Elaboramos campanhas de imagens com a temática do Dia das Mães

Eduardo Avendanho, consultor comercial da Bio Extratus

28 [www.varejodevizinhanca.com.br](http://www.varejodevizinhanca.com.br) MAR/ABR 2017

www.anuga.com

# TASTE THE FUTURE

- ANUGA MEAT
- ANUGA BREAD & BAKERY
- ANUGA FINE FOOD
- ANUGA HOT BEVERAGES
- ANUGA DAIRY
- ANUGA ORGANIC
- ANUGA CHILLED & FRESH FOOD
- ANUGA FROZEN FOOD
- ANUGA DRINKS
- ANUGA CULINARY CONCEPTS

## 10 TRADE SHOWS IN ONE

**YOUR NEXT DATE:**  
COLOGNE, 07.-11.10.2017

Koelnmesse Ltda.  
Av Francisco Matarazzo 1752  
CJ 1704 - Perdizes  
CEP: 05001-200  
São Paulo/SP - Brasil  
Tel. +55 11 3966-3022



**8** Itens diferenciados, como frutas secas com cobertura de chocolate, podem ser expostos nas gôndolas de confeitos e também nas proximidades da seção de FLVs, ao lado dos potes de frutas secas convencionais. A dica de Walter Leone, gerente de Marketing da La Rioja, é simples e, segundo ele, eficiente. “A expectativa é sempre a mais otimista possível. Vamos dar destaque para a linha de frutas secas com chocolate em bandejas com 500 g, apresentada nos sabores Avelã, Damasco, Castanha de Caju, Amêndoa, Banana Passa, Uva Passa, Macadâmia, Castanha do Brasil e Cranberry”, informa Leone. Degustações serão promovidas pela empresa no período que antecede a data.

**9** A seção de bazar ganhará novidades no Dia das Mães deste ano. Especialista em utilidades domésticas em vidro, Nadir Figueiredo apresenta opções com boa relação custo/benefício para a ocasião. Tigelas, potes com decoração vintage, assadeiras e outros itens chegam ao varejo em embalagens presenteáveis. “Temos dois grandes momentos de lançamento no ano. O primeiro é anunciado para as festividades do Dia das Mães. Isso prova a importância da data para os nossos negócios”, diz Paulo de Paula e Silva, diretor de Marketing da Nadir Figueiredo.

**10** A categoria de azeites é o carro-chefe da marca La Violetera, mas, no Dia das Mães, a linha ganha o reforço de coadjuvantes importantes, como frutas secas, azeitonas e snacks. “Minha dica para o varejista é: pratique um preço adequado. É importante oferecer



**Maio vai ser um mês de recuperação em relação aos anos anteriores. Nossas vendas chegam a aumentar 10% nesse período**

Patrícia Bratt,  
diretora de  
Marketing da  
Gourmand Alimentos

toda uma diversidade de embalagens e tamanhos, com foco na força da marca e em sua qualidade”, comenta Kléber Ronkoski, gerente de Marketing e Vendas da La Violetera. Calcada no bom desempenho em vendas, a companhia destaca os azeites extravirgem nas versões 250 ml e 500 ml, e a embalagem na versão promocional “Leve 500 ml e Pague 470 ml”.

**11** É certo que o Dia das Mães esteja entre as melhores datas para venda de chocolates e bombons. Essa é a época em que marcas premium ganham espaço nas gôndolas com suas embalagens diferenciadas e sabores internacionais. A importadora Gourmand anuncia novidades para a época e boa expectativa para suas vendas. “Maio vai ser um mês de recuperação em relação aos anos anteriores. Nossas vendas chegam a aumentar 10% nesse período”, salienta Patrícia Bratt, diretora de Marketing da Gourmand Alimentos. Entre as novidades, a empresa traz ao comércio a linha Colian de chocolates com recheio cremoso, além da linha inglesa Churchill's apresentada em latas decoradas, bombons belgas Delafaille e da marca alemã Laroschell. “Com uma boa exposição, produtos diferenciados vão dar bom retorno ao estabelecimento”, completa a executiva. 📈