

“O Impacto da Montra decide 70% das compras.”

Revista Marketeer, Outubro 2004

**Formação
PRÁTICA**

Potenciar Dinamizar e Promover - os produtos no ponto de venda

Enquadramento

A evolução do aparelho comercial português, na sequência das evoluções de outros países europeus, absorveu natural e rapidamente as novas formas de comércio, recorrendo cada vez mais aos avanços tecnológicos.

Os diferentes grupos comerciais, quer integrados, quer associados, adotaram os métodos e técnicas inovadoras e eficazes na arte de expor, induzindo à venda. Assim, a animação do produto no ponto de venda tornou-se incontornável.

No espírito do livre-serviço, o produto deverá ser capaz, pelas suas qualidades, de comunicar e seduzir o consumidor.

Se o consumidor aceita e adere a um ponto de venda, é porque este lhe propõe uma fórmula adaptada às suas expectativas.

Qualquer que seja a dimensão física do espaço comercial, é um dado adquirido que deve necessariamente permitir ao consumidor, que se tornou progressivamente um consumidor-comprador, entrar facilmente em contacto com o conjunto dos produtos que lhe são oferecidos e concretizar a compra.

Da fabricação à compra do produto, instala-se uma relação triangular, envolvendo o fabricante, o distribuidor e o consumidor-comprador.

O Merchandising/Vitrinismo é o conjunto de estudos e técnicas de aplicação realizadas separadamente ou em conjunto, pelos distribuidores e produtores, visando o aumento da rentabilidade do ponto de venda e o escoamento dos produtos, pela adaptação permanente do sortido às necessidades do mercado e pela apresentação apropriada das mercadorias.

Objetivos

- Sensibilizar para a importância do ambiente criado no ponto de venda, apelando aos sentidos com vista a seduzir o consumidor e potencializar as vendas;
- Identificar e utilizar as regras e técnicas de animação do ponto de venda;
- Aplicar técnicas e regras de exposição dos produtos e serviços de forma a criar notoriedade ao produto a expor.

“Interessa-me o futuro porque é o sítio onde passarei o resto da minha vida.”

Woody Allen

Programa	<ul style="list-style-type: none">• Animação permanente e intermitente• Animar um Ponto de Venda<ul style="list-style-type: none">» Técnicas e materiais a utilizar» Pesquisa de temas e organização do plano anual de montras» Importância da cor e iluminação» Papel do décor na exposição• Regras e Técnicas de exposição do produto<ul style="list-style-type: none">» Organização de um espaço expositivo» Elementos expositivos• Renovação, reposição e substituição de produtos
Duração	7 horas 1 dia
Metodologia	A ação de formação desenvolver-se-á com base numa metodologia predominantemente prática, com simulação de exemplos de aplicação adequados ao ambiente, imagem e produtos da empresa.
Destinatários	Departamento de Marketing e Força de Vendas/Lojistas
Formador	Cristina Rodrigues Licenciada em Gestão de Marketing _ IPAM Lisboa, 2012 (data de término); Frequência Universitária _Curso de Marketing e Publicidade ISCET _Porto Formação em Vitrinismo: CECOA _ Lisboa De 2000/10/23 a 2002/03/26 Formação em Vitrinismo: Roma/Itália; CESCOT _Itália Setembro de 2001 Workshop "Visual Merchandising" _ Lisboa (Participação) Julho de 2001 Formação Pedagógica de Formadores CECOA _Porto Setembro/Novembro de 2004 Com mais e 10 anos de experiência prática na implementação de soluções em empresas
Condições de realização	Ação de formação a realizar para grupos de no mínimo 8 de participantes. Local: UACS Valor: 110€ + IVA Data: Opticas – JUNHO Ourivesarias: JULHO Horário: a definir
Contactos	ENERGICA – Academia de Formação Avenida 25 de Abril, 27 Ilhavo Aveiro Telf.: + 351 234 425 352 geral@energica.pt Judite Manso 91 959 12 13 judite.manso@energica.pt