



GUIA SOBRE COMO MELHORAR A EXPOSIÇÃO  
DE PRODUTOS NO PONTO DE VENDA



|  |    |
|--|----|
| INTRODUÇÃO .....                                   | 03 |
| QUAL A IMPORTÂNCIA DO MATERIAL DE PDV? .....       | 05 |
| COMO MELHORAR A EXPOSIÇÃO DE PRODUTOS NO PDV? .... | 09 |
| COMO TER UM PRODUTO QUE SE DESTAQUE NO PDV?.....   | 14 |
| CONCLUSÃO .....                                    | 18 |
| SOBRE A DIGIPAPER .....                            | 20 |



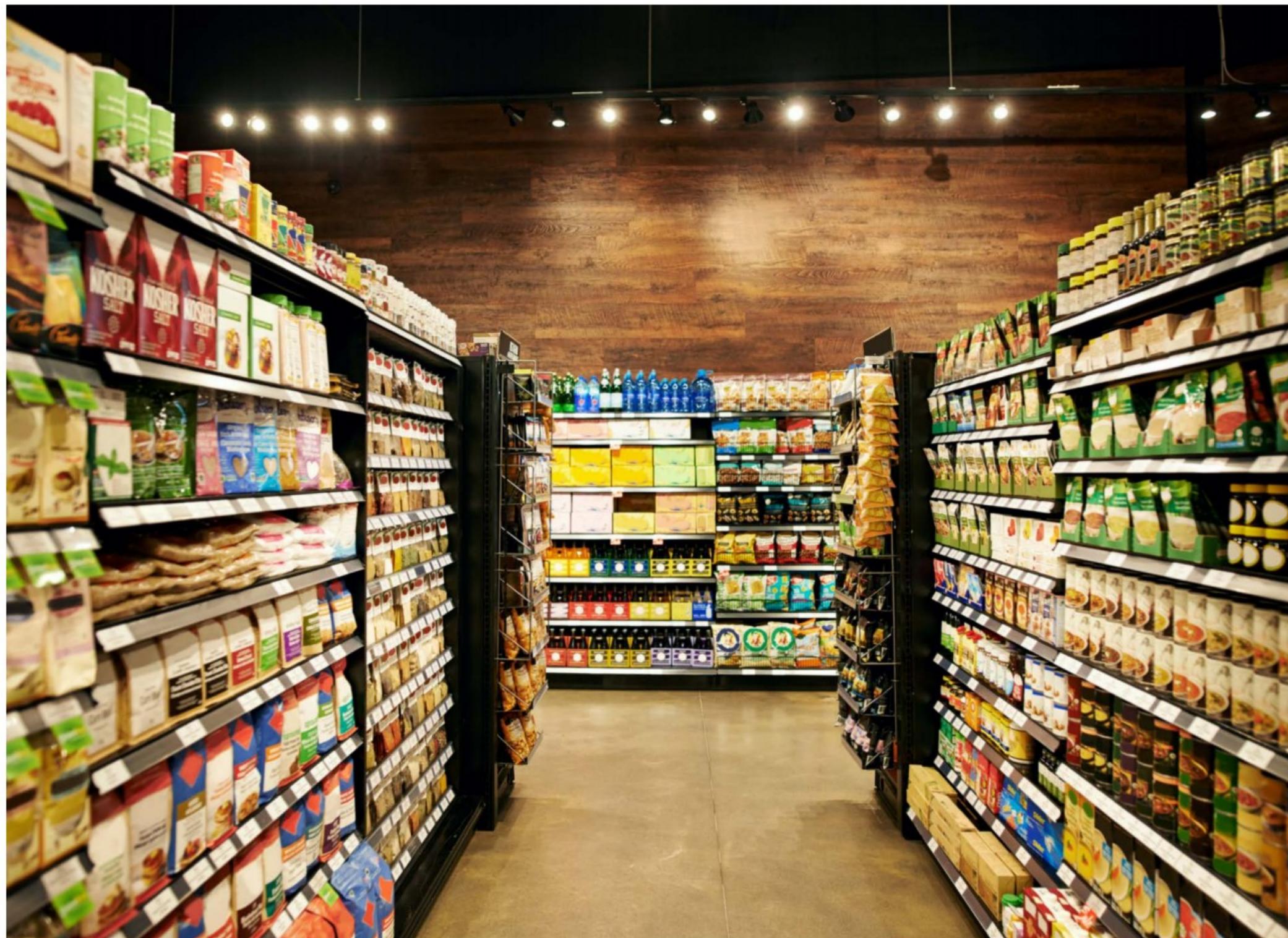
# Introdução

## Como fazer os seus produtos se destacarem na prateleira do ponto de venda?

Todos os dias, empreendedores fazem essa mesma pergunta e procuram alternativas para chamar a atenção dos clientes e cativá-los.

Não é difícil entender porque: mesmo que o público, hoje, esteja mais informado do que nunca, muitas das decisões de compra só são tomadas no PDV. De acordo com pesquisas, [92% dos clientes](#) ainda preferem comprar off-line, e uma das razões para isso é ver o produto em si e estimar a sua qualidade ao interagir com o material no ponto de venda.

Então, como fazer para obter vantagem e melhorar a exposição de produtos no PDV? No e-book de hoje, você aprenderá todos os segredos para fazer um marketing promocional de sucesso.





**Qual a importância  
do material  
de PDV?**



○ ponto de venda é onde tudo acontece: é lá que a sua empresa coloca os produtos em contato com o consumidor e tem uma chance de conquistá-lo. Para aumentar a probabilidade de que levem o seu item para casa, uma das estratégias mais utilizadas pelos negócios é a criação de material de PDV.

**Esse material pode ser essencial para que o seu negócio obtenha o destaque que merece.** São considerados materiais de PDV tanto as embalagens que protegem e informam sobre o produto quanto as faixas, cartazes e banners utilizados para promover uma marca no ponto de venda.

Quer entender melhor a importância desses materiais? Então, confira como alguns deles funcionam para atrair a atenção do consumidor.

## EMBALAGENS

As embalagens são o material de PDV mais importante. Além de protegerem os produtos, elas mostram características que os diferenciam da concorrência e fazem com que o comprador em potencial consiga discernir entre uma marca e outra.

**Uma embalagem pode causar vários sentimentos no consumidor, desde o desejo até a identificação.** Mesmo que tudo mais esteja em ordem com o ponto de venda, se a embalagem de um produto deixar a desejar, ele terá um desempenho menor do que o esperado.

---

Por isso, esse deve ser o primeiro promocional a ser pensado no seu ponto de venda. Há muitas maneiras de desenvolver uma boa embalagem, mas todas elas têm algo em comum: elas começam com benchmarking.

---

Observe como os seus competidores promovem os produtos, que cores eles utilizam com mais frequência, se há uso de imagem, slogans e o quão proeminente é o logotipo. Leve tudo isso em consideração na hora de criar uma embalagem diferenciada, mas que pode ser facilmente reconhecida e associada ao seu produto.



## DISPLAYS

Os displays são outros materiais de ponto de venda muito importantes para dar destaque a um item. Esses expositores têm muitos formatos diferentes e podem ajudá-lo a não apenas destacar os seus produtos, mas também na identidade da marca.

Os displays mais comuns nos PDVs são os displays de chão, displays de check-out e displays de ponta de gôndola. Eles são, respectivamente, posicionados no chão da loja, ao lado do caixa e nas pontas das prateleiras, e funcionam como uma parada obrigatória para o cliente. **A presença de produtos em displays aumenta a atenção dada para eles e, conseqüentemente, cria mais oportunidades de negócios.**

## BANNERS E FAIXAS

Banners e faixas são outras maneiras de atrair os consumidores no ponto de venda. Esses materiais de PDV servem para informar o consumidor e guiá-lo até os seus produtos. Muitas vezes, esses banners e faixas funcionam como sinalização, atraindo o olhar do consumidor para uma gôndola que poderia passar despercebida. Utilize-os para aproveitar bem mesmo as posições menos privilegiadas do PDV.

## FAIXAS DE GÔNDOLA

Na **estratégia de lançamento de produtos da sua empresa não pode faltar material para conscientizar o público.** As faixas de gôndola são um desses materiais que fazem com que o cliente pare para pensar sobre o que está pegando nas prateleiras.

Posicionadas imediatamente sobre uma oferta e perpendicularmente às gôndolas, as faixas chamam atenção para os descontos e lançamentos, mas também podem ser utilizadas para promover promoções e programas de fidelidade.

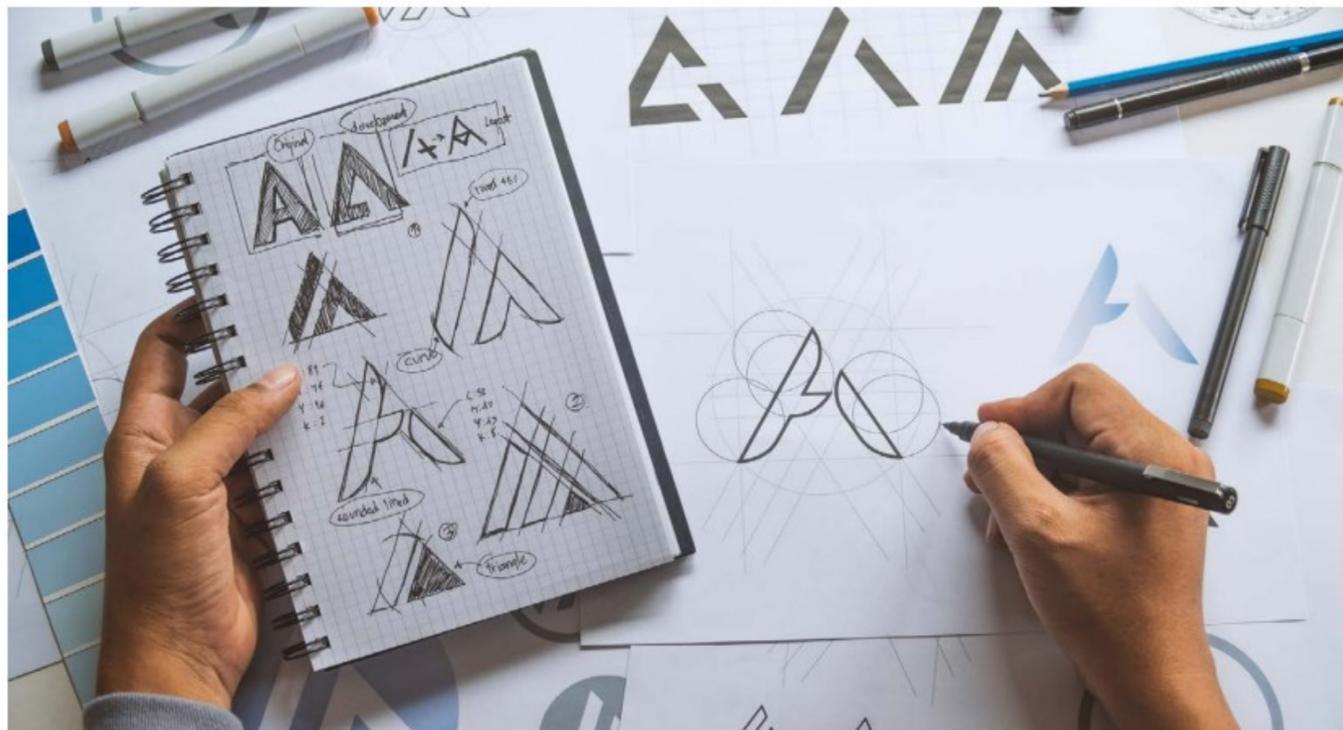
## FOLDERS E CATÁLOGOS DE PRODUTO

Os folders e catálogos de produto são outros materiais de PDV que podem ajudá-lo a desenvolver um relacionamento melhor com os clientes. Neles, é possível apresentar as principais ofertas da sua marca e deixar que o cliente as visualize com calma.

Esses itens podem ser distribuídos logo que o cliente entra na loja, para que ele encontre uma promoção específica enquanto trafega pelo estabelecimento ou na saída, como incentivo para que ele faça uma nova visita.



**Como melhorar  
a exposição de  
produtos no PDV?**



**Os seus pontos de venda não estão trazendo os resultados que a marca espera?** Eles apresentam problemas e não conseguem cativar o consumidor, conquistando a confiança dele e promovendo o sucesso da marca?

Muitas empresas enfrentam um desafio similar. Por isso, confira algumas das estratégias que você pode utilizar para tornar o PDV mais atraente para os consumidores.

## INVISTA NA IDENTIDADE VISUAL DA MARCA

**A sua marca ainda não tem uma identidade visual?** Para criar um PDV mais atraente, é preciso investir no trabalho de uma agência de publicidade e marketing. Esses são os profissionais mais indicados para ajudarem você a desenvolver uma identidade visual única e a registrar uma marca.

Um forte trabalho de identidade visual permitirá:

- que o seu produto seja reconhecido;
- que a sua marca seja lembrada;
- que os consumidores diferenciem os seus itens dos de concorrentes.

Os três pontos acima são fundamentais para conquistar consumidores e ampliar a presença da sua marca no mercado.

## ORGANIZE O PDV PARA RECEBER OS CLIENTES

**Ninguém gosta de bagunça, menos ainda quando está procurando um produto específico nas gôndolas de uma loja.** A organização do PDV é um fator que contribui para que os consumidores possam identificar facilmente aquilo que querem levar para casa e saírem do estabelecimento satisfeitos.

Por isso, pense em como você gostaria de encontrar o ponto de venda organizado. Que produtos deveriam naturalmente ser armazenados perto de outros e como essas combinações influenciam no número de vendas.

Para chegar até a melhor organização para o seu PDV, será preciso realizar o processo de tentativa e erro. Observe como distribui os itens, veja se clientes têm facilidade em encontrá-los ou se solicitam mais a ajuda dos atendentes mediante uma mudança, e utilize essas informações para aperfeiçoar a distribuição de itens no ponto de vendas.



## PENSE EM UM PROJETO DE ILUMINAÇÃO

**A iluminação de um ponto de venda é extremamente importante para que os seus produtos consigam obter o destaque que merecem.** Por isso, procure distribuir os itens da sua marca por locais que tenham focos de iluminação própria ou próximas a ele.

Se o PDV for um display, por exemplo, considere incluir fitas de LED no layout dele. Assim, você garante que os itens vendidos pela sua marca estarão bem iluminados o tempo todo e visíveis para todos que visitarem a loja.

## DESCUBRA ONDE ESTÃO OS PONTOS QUENTES

**Pontos quentes são aqueles espaços no PDV que mais chamam a atenção do cliente.** Eles podem ser chamados assim porque estão próximos ao caixa ou logo na entrada da loja, fazendo com que os olhos do cliente se voltem para eles imediatamente. Mas há muitos outros pontos quentes, e eles variam de estabelecimento para estabelecimento.



Procure entender onde estão esses pontos no seu PDV para distribuir os produtos de maneira mais harmônica. Os pontos quentes garantirão destaque para aqueles itens mais procurados pelos clientes e farão com que a experiência de compra seja mais satisfatória e ágil.



## TRABALHE COM OFERTAS SAZONAIS

Destacar as novidades no ponto de venda é outra estratégia para cativar o consumidor. Geralmente, é possível fazer isso com bastante facilidade quando se trabalha com ofertas sazonais.

Gôndolas criadas para atender a uma demanda típica de um período do ano (como o Carnaval ou as festas juninas) **têm o benefício de serem diferentes do layout da loja e ocuparem um espaço de destaque.** Por isso elas funcionam tão bem.

---

Considere utilizá-las para aumentar a popularidade de alguns dos itens que comercializa na sua loja e aproveite do fator novidade para vender mais.

---

Outra estratégia para garantir o aumento de vendas e certificar-se da visibilidade de produtos no ponto de venda é por meio de ofertas e promoções. Gôndolas especiais para destacar itens que estão com desconto vão chamar a atenção do cliente e aumentar o ticket médio das compras.



**Como ter um  
produto que se  
destaque no PDV?**

A sua empresa não tem um ponto de vendas fixo ou oferece produtos nos PDVs de terceiros? Quando há menos controle sobre as características que fazem com que um ponto de venda funcione para promover um produto (como a iluminação e a distribuição dos itens nas prateleiras), ainda há um recurso para garantir que as suas vendas serão elevadas: o design de embalagem.

Segundo um estudo conduzido pelo [Paper and Packaging Board](#) norte-americano, **sete em cada dez consumidores estão mais propensos a comprarem um produto se ele tiver uma boa embalagem.** A pesquisa ainda mostrou outros dados relevantes em relação a esse material promocional:

- 67% dos consumidores prestam atenção no material de que uma embalagem é feito;
- 70% dos consumidores americanos preferem embalagens de papel;
- 75% deles procuram por itens com aspecto artesanal ou premium.

Gostou de ver como a sua empresa pode se beneficiar de boas embalagens? Então, confira essas dicas para se destacar no PDV!



## ENTREGUE UMA PROPOSTA DE VALOR

**O que diferencia os seus produtos da concorrência?** Esse é o conceito de proposta de valor. Trata-se daquilo que a sua empresa faz de melhor e que não se pode encontrar em nenhum outro produto.

Demonstrar a proposta de valor para o cliente antes da compra é muito importante. Embalagens são uma oportunidade de fazer isso.

É por isso que, nas prateleiras do mercado, é comum encontrar várias informações sobre os produtos, como a durabilidade deles, quantas porções servem, que funções atendem ou quantos por cento deles é feito em um determinado material de alta qualidade.

Para se destacar no PDV, é preciso encontrar quais são os pontos fortes do seu produto durante o planejamento e incluí-los na criação das embalagens.



## DÊ DESTAQUE E RECONHECIMENTO À SUA MARCA

**O quanto reconhecível é a sua marca?** Depois de investir em uma identidade visual para destacar os seus produtos, é preciso garantir que ela esteja visível nos itens que coloca em pontos de venda. Para conseguir isso é preciso testar, testar e testar. Faça diversas impressões em múltiplos tamanhos e veja qual delas melhor exhibe a sua marca.

## CRIE EXPECTATIVAS PARA O CONSUMIDOR

Já reparou como produtos, principalmente do setor alimentício, fazem de tudo para nos despertar a fome por meio de suas embalagens?

**Ilustrações, fotografias e até embalagens translúcidas são utilizadas para criar expectativa no consumidor de que o produto que ele está prestes a consumir é de alta qualidade.** Pense na proposta de valor do seu produto e busque maneiras de deixá-la evidente para o consumidor. Isso facilitará a decisão de compra.

## PADRONIZE O USO DE SÍMBOLOS E ÍCONES

Há muitos símbolos e ícones nas embalagens brasileiras. Afinal, eles ajudam a transmitir informações de maneira muito mais simples. Você já deve ter notado, por exemplo, que produtos sem glúten geralmente mostram algum tipo de selo para indicar isso, bem como fazem os produtos sem lactose e sem ovos. **Procure saber quais são os símbolos padrão da sua indústria e certifique-se de que, em todas as embalagens da marca, eles serão usados com o mesmo tamanho, cor e formato.** Assim, ficará mais fácil para o consumidor reconhecer essas informações antes de levar o produto para casa.

## INVISTA EM MATERIAIS DE ALTA QUALIDADE

Por último, para não errar na embalagem do seu produto, é preciso ficar atento aos materiais utilizados na confecção desse material. É muito mais fácil transmitir alto valor agregado nos itens que coloca no ponto de venda quando você investe um pouco mais na criação da embalagem.

Plásticos que perdem a cor rapidamente ao serem expostos aos elementos e às luzes artificiais, impressões com baixa resolução e erros na tipografia ou no texto das embalagens podem desvalorizar o seu produto. Faça testes na gráfica, experimente com múltiplos materiais e só se comprometa com uma embalagem quando puder assegurar o bom desempenho dela.

**Contar com a ajuda de profissionais vai permitir que você garanta um padrão de qualidade em todas as suas embalagens e obtenha mais destaque para os produtos que coloca no PDV.** Por isso, procure uma [agência de marketing e publicidade](#) para cuidar da parte promocional do seu negócio. A expertise desses profissionais pode levar a sua empresa a excelentes resultados.



**Conclusão**

Como você pôde perceber, há uma porção de estratégias que são utilizadas para melhorar o posicionamento de produtos no PDV. Uma empresa que quer ganhar destaque nas lojas e conquistar novos consumidores tem várias alternativas para conseguir fazer isso. **Do design do ponto de venda até a maneira como organiza os produtos nas gôndolas e a embalagem que utiliza para promovê-los, tudo pode ser customizado para garantir resultados muito melhores para o seu negócio.** Gostou de conhecer estas dicas? Comece a utilizá-las agora mesmo para garantir mais vendas no PDV.





A Digipaper é uma agência de marketing consolidada no mercado já há 25 anos. Além de ter ampla expertise em branding e design gráfico, a empresa atua em diversos programas corporativos, atendendo grandes clientes multinacionais.

Sua linha de desenvolvimento envolve: materiais físicos ou virtuais, buscando agregar valor às ações de marketing, CRMs, entre outras, para programas de Qualidade de Vida e Reconhecimento e Premiação de colaboradores.

A partir da entrega rápida e segura, a Digipaper busca sempre desenvolver soluções com inovações tecnológicas que consigam garantir os melhores resultados para seus clientes.

