

Conceito de merchandising: você sabe o que é?

Você sabe o que é merchandising? Quase todo mundo conhece essa palavrinha, mas ainda há muitas dúvidas e impressões erradas sobre o que o merchandising realmente é.

Afinal, é muito comum que ao ouvir esse termo, você imediatamente imagine aqueles produtos estrategicamente posicionados no meio das novelas ou outros programas. Mas, na verdade, o merchandising é muito mais do que isso.

Por isso, nós decidimos fazer esse post e esclarecer, de uma vez por todas, as suas dúvidas sobre essa área. Continue lendo e descubra!

O que é merchandising?

O principal objetivo do merchandising é, simplesmente, fazer com que os clientes se sintam atraídos pelos produtos oferecidos.

Para isso, é necessário compreender o que o cliente está procurando, o que ele deseja e quais são as suas preferências. Dessa forma, é possível direcionar o cliente para o seu produto, fazendo-o parecer irresistível, mesmo que o cliente não necessite desse produto no momento.

Como consequência, as vendas aumentam, levando a uma maior rotatividade das mercadorias. Isso faz com que elas não fiquem muito tempo no estoque, o que possibilita um corte de custos com o armazenamento.

Ou seja, o merchandising é muito mais do que uma simples propaganda dos produtos. Ele tem diversos benefícios, e pode ajudar muito o seu negócio.

Como criar uma estratégia de merchandising?

Sabemos muito bem que não existe um único jeito de criar uma estratégia, não é mesmo? Entretanto, existem alguns passos básicos que podem ser seguidos em qualquer situação. Confira!

Defina o público alvo

Esse é o passo essencial para começar a sua campanha.

Na hora de atrair clientes, você deve ter um público alvo muito bem definido. Dessa forma, você pode compreender os hábitos de compra do seu público, assim como os comportamentos e padrões de consumo.

Quanto mais o seu produto dialogar com o público alvo, mais sucesso ele terá.

Crie metas

Ao criar uma estratégia, é importante que você tenha uma ideia das metas que quer alcançar.

Ao definir um prazo para conquistar certos objetivos, você consegue saber se a estratégia está sendo bem-sucedida ou não.

Dessa forma, você pode adaptá-la caso algo não esteja indo como o planejado.

Tenha um ponto de venda bonito

O ponto de venda (PDV) deve sempre atrair o olhar dos clientes. Assim, crie um lugar bonito, atraente e agradável.

É interessante, também, brincar com a curiosidade do cliente. Você pode utilizar os mais diversos layouts para chamar a atenção dos consumidores, e tudo depende da sua imaginação e criatividade.

Tendo em mente a aparência, o layout e a organização dos itens no PDV, você estará no caminho do sucesso.

Defina a identidade do seu negócio

Criar uma identidade para a sua empresa é essencial para que ela se destaque da concorrência e seja reconhecida pelos clientes.

Dessa forma, a experiência que o seu produto oferece para o consumidor deve se destacar entre diversas outras.

O PDV deve combinar a identidade do seu negócio e criar um estímulo diferenciado para o cliente se sentir atraído pelo que você está oferecendo.

Crie experiências memoráveis

Atualmente, existem muitas opções de produtos, marcas e preços. Isso faz com que o consumidor não procure apenas um produto de qualidade, mas sim uma experiência diferenciada.

Dessa forma, você deve pensar em como chamar a atenção do cliente através dessas experiências. Para isso, é possível utilizar os sentidos.

Por isso, tenha em mente o som ambiente, a iluminação, os aromas, a forma como os produtos são expostos e, enfim, o que esse produto pode oferecer que os outros não podem.

Ofereça exclusividade

Uma forma de aumentar o valor do seu produto é fazer com que ele seja exclusivo. Para isso, vale oferecer brindes, ofertas de tempo limitado, experiências exclusivas para quem comprar...

Crie a sensação de que o consumidor perderá uma experiência maravilhosa se não comprar o seu produto, e mostre quais benefícios você pode oferecer.

O importante é criar a sensação de que há sempre algo de novo e imperdível nos produtos que você oferece.

Saiba como chamar atenção para os seus produtos

Cada produto é consumido de uma forma diferente. Existem os produtos que são comprados por impulso, aqueles que chamam mais atenção visual e aqueles com melhor custo-benefício.

É importante que você saiba onde cada um desses produtos deve estar na loja para chamar a atenção do consumidor no momento certo, assim como quais devem ficar em destaque.

Assim, produtos novos devem ter maior destaque, enquanto produtos que são conhecidos por serem compras de impulso podem ficar ao lado do caixa.

O posicionamento é essencial para o sucesso de vendas.

Teste antes de lançar a estratégia

É importante ter uma ideia de qual será o efeito da estratégia de merchandising antes de lança-la. Por isso, procure saber a opinião dos consumidores e procure saber o que a concorrência está fazendo, o que funciona e o que não funciona.

Dessa forma, você pode organizar a sua estratégia da melhor forma possível.

Conclusão

Como você pôde perceber, o merchandising pode ser muito útil para o seu negócio! Ele ajuda a destacar a sua empresa da concorrência, chama a atenção dos clientes, destaca os produtos certos e incentiva os consumidores a comprarem seus produtos.

Para ter o maior sucesso possível, é preciso ter em mente o preço, a qualidade dos produtos, o atendimento que será oferecido e a publicidade.

Quando todas as variáveis são levadas em consideração, o seu produto com certeza chamará a atenção dos consumidores e vai levar aos melhores resultados.

Assim, ao utilizar o merchandising, aliado a outros elementos importantes, o seu negócio terá muito mais sucesso e atrairá muitos clientes.

E aí, gostou de saber mais sobre o merchandising? Então confira também o nosso post sobre logística promocional e positivação do PDV!

Não se esqueça de conferir o nosso Facebook e Instagram para ficar por dentro de todas as nossas novidades!