



Técnico em Vendas



Merchandising no PDV

**PROFESSOR: FERNANDO
GALVÃO**
**CONTEÚDO: PERCEPÇÕES
SOBRE O PRODUTO**
DATA: 19.09.2018

ATIVIDADE – Correção

01) Formem grupos e identifiquem nos polos de vocês 3 (três) práticas de merchandising no comércio local.

PERCEPÇÕES SOBRE PRODUTO

VÍDEO

- Pequenas Empresas, Grandes Negócios/ Designer e merchandising;
- [https://www.youtube.com/watch?v=n0OjAGkH20E;](https://www.youtube.com/watch?v=n0OjAGkH20E)

PERCEPÇÃO

- Está ligada diretamente a psicologia humana e como essa percebe as sensações humanas: visão, olfato, paladar, sons a partir do repertório de cada pessoa;
- Essas dimensões recebem estímulos do meio externo (inputs sensoriais) e são captados, processados, organizados e interpretados pelas pessoas;
- Os inputs, estímulos provocados pelo meio externo são como “dados crus”, ao serem processados e interpretados geram uma “experiência interna”;
- Ex: Dado Bruto => Ouvir uma música/Processamento e interpretação => lembrar de ter perdido o amor e chorar no banheiro;

PERCEPÇÃO

Dinâmica das Personalidades e Comportamento do Cliente Aplicado em Vendas®



2014

Merchandising no PDV

PERCEPÇÃO VISUAL

- Autor Blessa afirma que o consumidor quando entra na loja sofre interferências planejadas e não-planejadas pelo fabricante, distribuidor ou varejista;
- Quais as variáveis levadas em conta na hora da compra?



PERCEPÇÃO VISUAL

- A comunicação visual convencional como outdoors, filmes publicitários, cartazes, panfletos em grandes quantidades sempre geram “ruídos de comunicação” que gera falha na mensagem e não se mostra eficaz;
- A diferenciação nesse caso só se dá na marca e na apresentação visual (commodities);

PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR

- A visão é principal sentido afetado no momento da compra e tende a dar o rumo na decisão final do consumidor;
- Estudos apontam que a percepção visual de um consumidor sobre produtos dispostos numa prateleira gira em torno de 2 a 10 segundos;
- Exige do merchandising muita assertividade (clareza);

EMBALAGEM

- Embalagem ganhou outros status além de proteger o produto, facilitar sua distribuição (devem ser mantidas) mas hoje se agrega ao produto gerando mais valor;
- Embalagem é mais um elemento que se soma ao merchandising levando o consumidor a reagir diante do produto;

EMBALAGEM

*** O produto ou marca é rapidamente identificado de longe?**

*** A embalagem deixa claro a natureza do produto?**

*** Rapidamente se percebe o que o produto faz?**

*** Foi testada na fábrica sua capacidade de proteção?**

*** Tamanho é próprio para a exposição?**

EMBALAGENS



Merchandising no PDV

VÍDEO

- Designer de embalagens:
- <https://www.youtube.com/watch?v=dx35-L-frrQ;>