



EDUCAÇÃO
Secretaria de Estado
da Educação / SEDUC



Logística e Canais de Distribuição

PROFESSOR: EDER FABENI
CONTEÚDO: LOGÍSTICA E
CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO
DATA: 14/03/2019

14 - Varejo

Varejo é a venda por retalhos. É a venda em quantidades menores. Por exemplo, a venda de pacotes de arroz de 2 kg é varejo, já a venda de fardos de 90 kg não, porque é muito difícil um consumidor final consumir 90 kg de arroz.

Podemos definir que varejo é a venda que ocorre em contato com o consumidor final, ele é direcionado ao cliente final. Geralmente é composto por lojistas.

A grande maioria dos varejos conta com lojas físicas, porém, vale ressaltar que, o varejo sem lojas está com alto crescimento, pois ele trabalha com o marketing direto, obtendo resposta imediata do cliente em relação ao produto ser vendido.



Nos exemplos de varejos sem lojas podemos citar a venda de porta em porta, vendas por catálogos, telemarketing, marketing pela televisão, vendas on-line.

Com varejo podemos oferecer maior diversidade, uma vez que adquirimos os produtos dos atacadistas e deixamos em menores quantidades podendo diversificar.

Considerações sobre Varejo

É necessário conhecer algumas peculiaridades do varejo para atingirmos o sucesso. Vejamos algumas considerações abaixo.

- O varejo é altamente influenciado pelas tendências do mercado, portanto antes de entrar no mundo varejista é importante escolher, com muita cautela, o negocio em que se pretende atuar, para não ser fadado ao fracasso.
- A localização do varejo também é importante. O cliente quer comodidade. Definir um ponto estratégico, de forma que o seu publico alvo tenha fácil acesso, também é imprescindível para o sucesso do varejo.

- A informatização é um diferencial exigido nos dias de hoje, porém gera alto custo de implantação. Hoje em dia existem redes de informática que prestam serviços de informatização a um grupo de empresas. É interessante e vantajoso unir-se a estas redes, uma vez que os custos de informatização serão rateados entre os integrantes desta rede.
- Integrar-se com fornecedores e com clientes. A integração com fornecedores seria a criação de parcerias, a instalação de franquias. Com essa integração é possível manter melhor controle de estoque.
- A apresentação da loja deverá ser bem feita, pois a primeira imagem é a que fica. A disposição dos produtos deve ocorrer de forma estratégica para induzir o consumidor à compra.

Com o varejo o contato com o cliente é direto o bom atendimento é primordial. Os vendedores devem estar preparados para isso. Eles devem conhecer os produtos para ser capazes de indicar algum produto ao cliente, de acordo com sua necessidade.

15 - Atacado



Atacado é o contrário do varejo. Ele vende em grandes quantidades. Na maioria das vezes o atacado vende para lojistas, mas pode acontecer também de venderem produtos para uso industrial, que também seria em grande quantidade.

Características do Atacado:

- O atacado vende mercadorias para revenda
- Ele compra em grandes quantidades, para poder oferecer a opção de compras menores aos varejistas.
- Os atacadistas se instalam em grandes depósitos, procuram lugares onde o custo de instalação é menor, enquanto que o varejista se adequa a necessidade do cliente.

- Eles abrangem uma área maior que o varejista. Pois os varejistas atende a um determinado público, enquanto que o atacado atende a diversos varejistas que atenderão diversos públicos.
- Os custos para o atacadista são menores, uma vez que compra em maiores quantidades oferecem maiores descontos.

Há certa dependência entre os atacadistas e os varejistas, uma vez que os atacadistas financiam os produtos aos varejistas. Eles compram dos produtores e revendem aos varejistas, porém os produtores deverão ser pagos, independente se os varejistas pagar ou não. Em conta partida, os varejistas dependem de um atacado, pois são eles que oferecem em pequenas quantidades, com isso os atacadistas faz com que o processo do varejo seja viável.

16 - Atacado e Varejo no Canal de Distribuição

O varejo e o atacado são os intermediários mais comuns da cadeia. O atacado seria o primeiro intermediário e o varejista seria o segundo.

A escolha do canal de distribuição deve ser muito bem feita, porque depois de escolhido é quase impossível reverter à escolha e mudar de canal.

Diante de tanta concorrência, de tanta exigência para sobreviver no mercado surge à necessidade da integração, isso ocorre tanto para o varejo quanto para o atacado. Em meio a essas mudanças, sobrevive aquele que se adaptar com mais facilidade.



Vídeo

O que é SCM?