

INFORME SICOMÉRCIO

PUBLICAÇÃO DO SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE BARRA MANSA, QUATIS E RIO CLARO

ANO 1 | EDIÇÃO 07 | SETEMBRO 2020

O importante papel do visual merchandising para o varejo de Moda

Por Carol Abreu, design de moda e consultora de varejo

Você já chegou no supermercado e encontrou as latas de milho misturadas com repolho? Ou na farmácia e encontrou o absorvente junto com outros produtos que nada tem haver com o mesmo? Não né? Isso porque tudo é muito pensado para que você tenha uma melhor visualização de todos os produtos que necessita e assim também é com o varejo de moda.

Quando um cliente entra em uma loja ele vive uma experiência através da sensação e do uso dos sentidos. É muito importante que a sua loja comunique o que você tem de bom pra ser comercializado. Explorar todo o potencial de comunicação da loja, através dos cinco sentidos, eleva o status da loja.

Comece pelo sentido mais importante no varejo que é a visão, uma vitrine é responsável por 80% da decisão do cliente entrar na loja, lembrando que a vitrine precisa estar sempre limpa, com os manequins em perfeito estado, mas não adianta você ter a vitrine dos sonhos e ela não se comunicar com o seu interior. Sendo assim é imprescindível que as araras estejam coordenadas por cores e famílias de estampas, as roupas estejam passadas, a iluminação da loja esteja perfeita e que se criem áreas movimento nas araras.

Falando em emocionar e criar desejo, que tal uma música ambiente, com o volume agradável e sem a interferência de propagandas de rádio? Crie playlists que

se comuniquem com o seu público. Lojas não devem ser silenciosas, clientes se intimidam a entrar em ambientes silenciosos. Utilize também um aroma característico para criar uma identidade em seu ponto de vendas (PDV).

Não crie obstáculos dentro de seu PDV (não é nada legal deixar um pedaço do dedo ou um roxo na canela quando se vai as compras). Sinalize corretamente todas as informações que são importantes (como formas de pagamento, entre outras) para não haver nenhum erro de comunicação ou mal estar para o cliente. Melhore a qualidade dos seus provadores. Promova degustações em períodos de lançamento ou deixe uma balinha no balcão para adoçar o paladar do cliente.

Não se esqueça que nada irá adiantar se a equipe e o atendimento não estiverem em perfeita sintonia, estamos em uma era diferente, onde a informação é rápida e a venda online é o maior concorrente. O que diferencia o ponto de venda presencial é simplesmente o contato, então é muito importante que você faça a diferença na hora do atendimento. Faça que tudo seja uma experiência incrível, pratique a mudança e reavalie sempre a maneira de pensar. Os tempos mudaram, mas algumas coisas serão sempre igualmente maravilhosas, como o carinho pelo seu estabelecimento, o cuidado com seus clientes antigos e potenciais. Faça a diferença e experimente novos e melhores resultados!



SINDPASS

O SINDPASS QUE REÚNE AS EMPRESAS DE TRANSPORTE COLETIVO DA REGIÃO SUL FLUMINENSE, GERA MILHARES DE EMPREGOS DIRETOS E INDIRETOS, CONTRIBUINDO COM A ECONOMIA REGIONAL, TRANSPORTANDO COM QUALIDADE E SEGURANÇA, ACESSIBILIDADE, PREOCUPAÇÃO COM O MEIO AMBIENTE, BILHETAGEM ELETRÔNICA PRÓPRIA, COLABORANDO PARA UMA MELHOR MOBILIDADE URBANA NA REGIÃO SUL FLUMINENSE E COSTA VERDE.

WWW.SINDPASS.COM.BR



(24) 98801-1111



sicomerciobm



sicomerciobm



www.sicomerciobm.com.br