



EBOOK

PDV G-light: cases de sucesso



Índice

Capítulo

01

Conceitos básicos de ponto de venda 04

Capítulo

02

Ponto de venda padrão G-light 06

Capítulo

03

Ponto de venda sazonal: Ideias de customização 28

Capítulo

04

Ações no PDV G-light 43

Introdução



Esse material foi desenvolvido para auxiliar a equipe comercial na garantia de que o consumidor encontre nossos produtos no Ponto de Venda (PDV).

Para isso, é preciso executar um conjunto de técnicas utilizadas para diferenciar e destacar o produto no PDV, utilizando materiais específicos (temporários, semi-permanentes e permanentes).

Para saber mais sobre a execução de merchandising, acesse e baixe o planograma de PDV.

[Acesse](#)

Capítulo 01

Conceitos básicos de Ponto de Venda

Execução no PDV

Devemos buscar visibilidade e acessibilidade para nossos produtos no PDV, pois produto exposto e com boa execução é produto vendido. No PDV a atenção no momento da execução deve ser contínua, já que os melhores espaços de exposição estão sujeitos à intensa competitividade.

Posicionamento de produto

O consumidor busca conveniência e comodidade. Facilitar o processo de compra é um dos papéis do Merchandising. Aposte na disposição dos produtos na gôndola, no uso de pontos extras e expositores para incentivar a venda.

Conceitos básicos de Ponto de Venda

Execução na gôndola

A gôndola é o ponto permanente de execução de produtos, e deve conter todo o portfólio da marca e mix de embalagens de nossos produtos. Seguindo as seguintes orientações:

01

Nossos produtos devem ser posicionados de acordo com as diretrizes de execução em gôndola: **Posicionamento Vertical e Horizontal.**

02

Lançamentos, produtos-foco e diferenciados: **Ao nível dos olhos do consumidor.**

03

Explorar pontas de gôndola, pois são locais privilegiados para a visibilidade de produtos.

04

Embalagens rentáveis com maior destaque.

Execução em pontos extras

Ponto extra é o local estratégico no PDV, onde tem a principal finalidade induzir o cliente a fazer compras por impulso. Geralmente essa forma de exposição serve para agregar a visibilidade do produto que também foi exposto nas gôndolas demarcadas na setorização do PDV. Tipos de ponto extra.

A

Ponta de Gôndola

B

Ilha

C

Expositor



Capítulo 02

Ponto de venda padrão G-light

01

Conceito

A organização dos produtos devem seguir um planograma adequado, sendo feita da menor para a maior potência e por família obedecendo a sequência horizontal.

Quando o produto precisará sofrer repetição, a sequência deverá ser vertical, exceto quando houver a necessidade de expor uma grande quantidade do mesmo produto, como por exemplo a A60.

02

Instrução

A ordem deve ser: lâmpadas LED em blisters ou giftbox com pendurador (a depender do tamanho) nas gancheiras, logo em seguida, as luminárias de LED e acessórios e por fim as lâmpadas LED ou de carbono decorativas.

As caixas devem ser postas nas prateleiras, seguindo a mesma ordem das gancheiras, adicionando as halógenas e fluorescentes por último.



Ponto de venda padrão G-light

01

Exposição mínima

O produto G-light deve contemplar no mínimo 60% da gôndola no PDV e estar posicionado no primeiro ponto de contato e visualização, obedecendo o fluxo de consumidores na loja.

02

Altura ideal

Na gôndola, o local privilegiado para exposição de produtos é no nível dos olhos do consumidor, portanto produtos-foco devem ficar expostos neste local. É considerado o nível dos olhos a altura de 1,60m.





01

Conceito

É um dos mais importantes pontos de exposição da loja, por proporcionar maior visibilidade da marca e produto. É usado para identificar o produto comercializado no setor, logo, é a oportunidade de impactar o consumidor.

02

Instrução

Esse ponto deve ser utilizado para expor nossos produtos principais, lançamentos, ações ao consumidor e divulgações especiais, como ofertas e promoções. Deve estar sempre organizado, pois é a primeira impressão da marca.





Ponto de venda padrão G-light

Pontos extras - Ponta de gôndola





Ponto de venda padrão G-light

Pontos extras - Ponta de gôndola



Ponto de venda padrão G-light

Pontos extras - Ponta de gôndola





Ponto de venda padrão G-light

Pontos extras - Ponta de gôndola





Ponto de venda padrão G-light

Pontos extras - Ponta de gôndola





Ponto de venda padrão G-light

Pontos extras - Ponta de gôndola





01

Conceito

A ilha é um ponto extra tático que permite a exposição de produtos em locais estratégicos da loja. Não deve ser executado por mais de 2 semanas, após este período o consumidor já estará acostumado com o ponto naquele local.

02

Instrução

A ilha deve estar localizada nas áreas quentes do PDV, zonas de alto trânsito como entrada da loja, corredores. Deve apresentar material de merchandising adequado e ser criativo, para chamar atenção do consumidor no PDV e gerar sell-out.

Ponto de venda padrão G-light

Pontos extras - Ilha





Ponto de venda padrão G-light

Pontos extras - Ilha

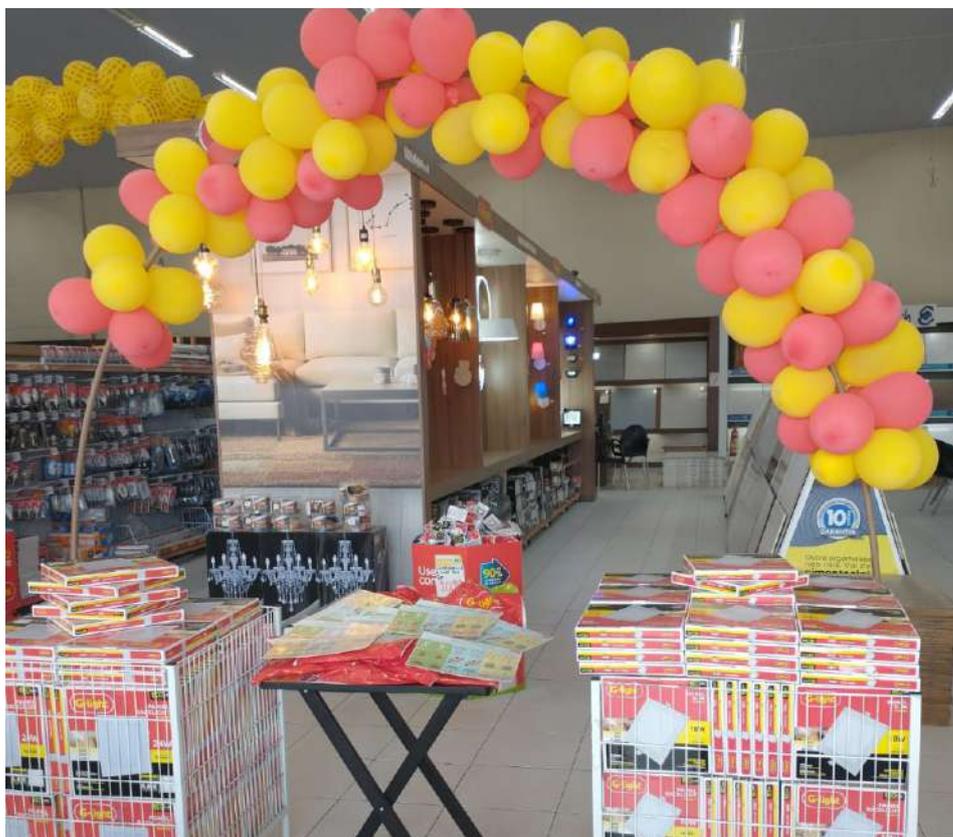




Ponto de venda padrão G-light

Pontos extras - Ilha





Ponto de venda padrão G-light

Pontos extras - Ilha





Ponto de venda padrão G-light

Pontos extras - Ilha





Ponto de venda padrão G-light

Pontos extras - Ilha





Ponto de venda padrão G-light

Pontos extras - Ilha





01

Conceito

Para o segmento de iluminação, em especial as lâmpadas, o expositor é um material essencial para exibição do produto. É ideal para ser aplicado em pontas de gôndola ou próximo aos caixas, expondo o mix de produtos.

02

Instrução

Para envio do expositor, é necessário seguir a política, considerando o valor mínimo para cada modelo. Recomendamos utilizar o expositor com nossos produtos de maior demanda no PDV em locais estratégicos da loja.

Ponto de venda padrão G-light

Pontos extras - Expositor





Ponto de venda padrão G-light

Pontos extras - Expositor





Ponto de venda padrão G-light

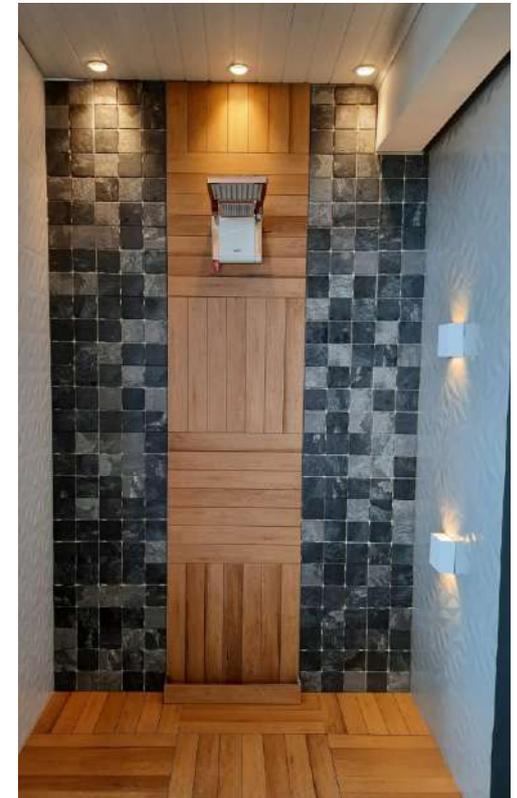
Pontos extras - Expositor





Ponto de venda padrão G-light

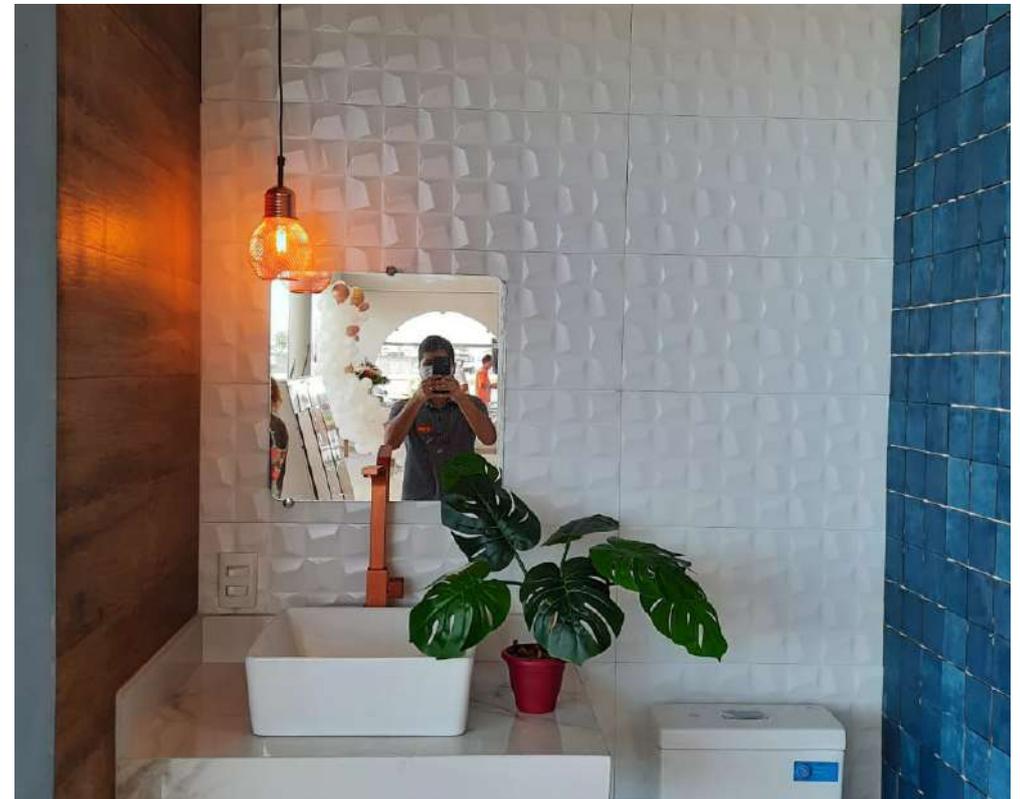
Pontos extras





Ponto de venda padrão G-light

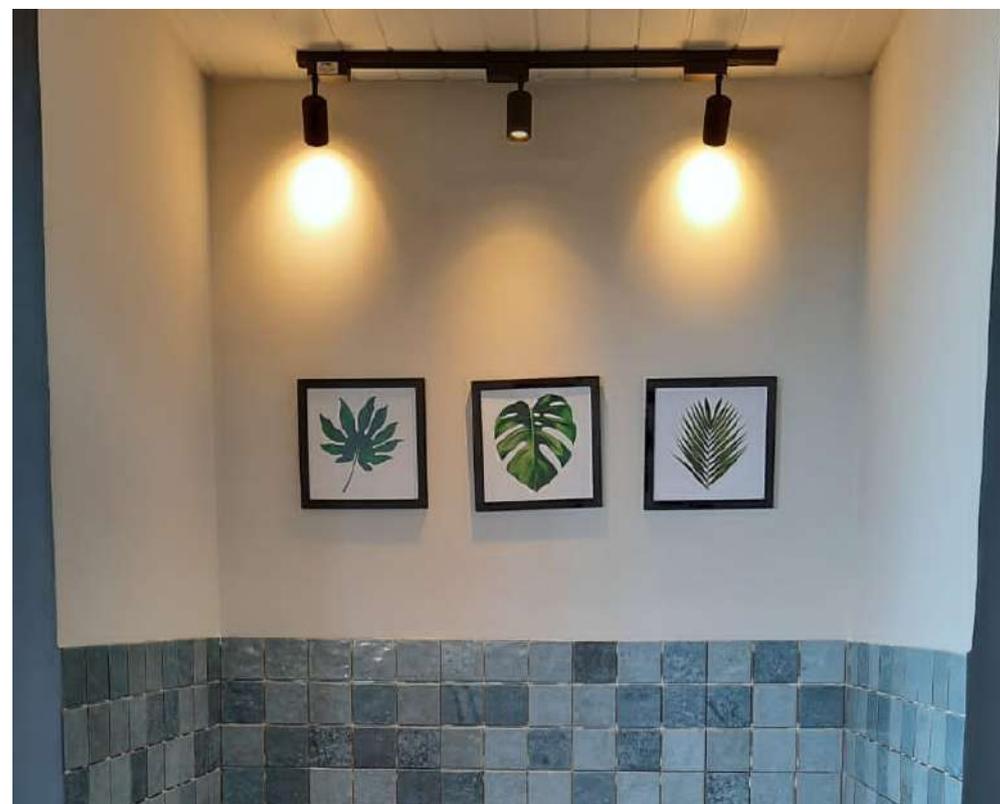
Pontos extras





Ponto de venda padrão G-light

Pontos extras



Capítulo 03

Ponto de venda sazonal: Ideais de customização

01

Conceito

As datas sazonais, são épocas específicas que celebram datas comemorativas. As datas sazonais mais conhecidas são: Dia das mães, Dia dos pais, Páscoa, Carnaval, São João (para o Nordeste) e Natal.

As datas sazonais são ótimas oportunidades de gerar engajamento no ponto de venda, isso porque, aliado a criatividade e a organização, torna-se uma ação muito atrativa no PDV, pois desperta o interesse do consumidor, mesmo que ele não tenha intenção real de adquirir o produto, ele pode ser influenciado pela ação e efetivar a compra.

IMPORTANTE

Mesmo em épocas sazonais, que pode ser utilizado outros materiais de comunicação, a organização e o posicionamento do produto deve sempre ser mantido, para garantir a padronização e identidade do PDV G-light.



Ponto de venda sazonal: Ideais de customização

Pontos extras - Ponta de gôndola



Ponto de venda sazonal: Ideais de customização

Pontos extras - Ponta de gôndola



Ponto de venda sazonal: Ideais de customização

Pontos extras - Ponta de gôndola



Ponto de venda sazonal: Ideais de customização

Pontos extras - Ponta de gôndola



Ponto de venda sazonal: Ideais de customização

Pontos extras - Ponta de gôndola



Ponto de venda sazonal: Ideais de customização

Pontos extras - Ilha



Ponto de venda sazonal: Ideais de customização

Pontos extras - Ilha



Ponto de venda sazonal: Ideais de customização

Pontos extras - Ilha



Ponto de venda sazonal: Ideais de customização

Pontos extras - Ilha



Ponto de venda sazonal: Ideais de customização

Pontos extras - Ilha



Ponto de venda sazonal: Ideais de customização

Pontos extras - Ilha



Ponto de venda sazonal: Ideais de customização

Pontos extras - Ilha



Ponto de venda sazonal: Ideais de customização

Pontos extras - Ilha



Ponto de venda sazonal: Ideais de customização

Pontos extras - Ilha





Capítulo 04

Ações no PDV

G-light

01

Conceito

As ações de marketing no Ponto de Venda são estratégias utilizadas para consolidar a marca e criar um relacionamento mais próximo com o consumidor final, através de uma forma direta.

Além de fortalecer a marca, as ações no PDV trazem benefícios ao cliente, por atrair um maior número de clientes, que consequentemente gera sell-out dos produtos.

02

Instrução

A G-light oferece ações padrões para serem executadas no ponto de venda, são elas:

- Estoure e Ganhe,
- Roleta premiada,
- Pipoqueira.

Para acompanhar as ações no PDV é necessário a utilização de alguns materiais de apoio que darão mais credibilidade e presença para a marca.



Ações no PDV G-light





Ações no PDV G-light





Ações no PDV G-light





Ações no PDV G-light





PDV G-light: casos de sucesso

Fábrica / Show Room

Feira de Santana . Bahia

+55 75 2101.7272 - glight@glight.com.br

C.D. Santa Catarina

Blumenau . Santa Catarina

+55 47 3325.4214 - glight.sul@glight.com.br

www.glight.com.br



glightbrasil