

1. Planejamento de espaço da vitrine

Ao planejar uma vitrine, você deve sempre trabalhar dentro do espaço que está disponível, seja ele grande ou pequeno. Acima de tudo, é essencial saber aproveitá-lo.

Um erro recorrente que diversas lojas cometem é querer tentar mostrar todos os produtos que vendem. Ao fazer isso, muitas vezes acabam abarrotando o espaço de suas vitrines com produtos, o que pode causar um grande estranhamento ao cliente que estiver visualizando. Além do estranhamento, uma vitrine “poluída” por muitos produtos pode tornar-se de difícil compreensão para o cliente, não demonstrando assim a mensagem que deveria estar passando. Para que esse tipo de erro não aconteça nas vitrines em que você estiver montando/criando, procure organizar os produtos por estilos ou categorias. Certamente isso facilitará a visualização da vitrine pelo público e influenciará nas vendas dos produtos em exposição.

Lembre-se sempre de que uma vitrine cheia não é, necessariamente, organizada. Uma vitrine que mostra produtos demais e não demonstra ter algum tipo de prioridade e padrão na exposição certamente não terá relevância ou importância para o público consumidor.



1.1. Iluminação

A iluminação é um dos pontos cruciais ao pensarmos em uma exposição em uma loja. Uma vitrine sem uma iluminação adequada pode ser considerada, na maioria das vezes, “sem vida”. Em outras palavras, uma vitrine com pouca ou quase nenhuma iluminação é fadada ao esquecimento, pois nunca terá o destaque necessário para os seus produtos em exposição.

Você deve apostar em luzes que destaquem os produtos, porém deve haver cuidado para que a luz não seja exagerada e acabe roubando o protagonismo que o produto em destaque deve ter. O que acontece muito também são vitrines que utilizam luzes que acabam alterando a cor do produto. Tome cuidado para que isso não aconteça nas que você estiver criando/montando, a não ser que essa seja a intenção por traz da exposição. Caso você note que um produto está sendo alterado pela iluminação da vitrine, experimente utilizar outros tipos de lâmpadas ou, então, reorganize a disposição dos elementos para que o produto fique em outro lugar.

Basicamente, o esquema de iluminação de uma vitrine deve estar de acordo com a identidade da loja, criando assim uma atmosfera que seja capaz de agradar aos clientes em potencial. As fontes de luz utilizadas em uma vitrine podem ser quentes ou frias.

As fontes quentes são, essencialmente, as luzes amarelas. Essas luzes são produzidas por lâmpadas incandescentes e sua temperatura pode ser alta, o que, em muitos casos, é capaz de danificar mercadorias ou elementos dispostos em uma vitrine. Apesar de também não serem muito econômicas, elas são capazes de criar feixes direcionais ou abertos. Além disso, não necessitam de complementação.

Já as fontes frias são, basicamente, as luzes brancas. Esse tipo de luz não permite a direcionalidade dos seus raios. Elas distribuem a luz por igual e necessitam de complementação. São mais econômicas e com menor temperatura que as fontes quentes.

Cada iluminação pode ser de um tipo, tendo como base, fundamentalmente, a sua direcionalidade. Veja abaixo os quatro sistemas básicos de iluminação que você pode utilizar em uma vitrine:

- A. ILUMINAÇÃO DIRETA:** Nesse modo, a luz é direcionada para os objetos através de lâmpadas ou suportes para lâmpadas que concentram a luz. Não há folga na luminosidade. A distância ideal para esse tipo de iluminação é de 50 a 70 centímetros;
- B. ILUMINAÇÃO INDIRETA:** Nesse modo, a luz é focada para algum outro ponto para que a reflexão ilumine o resto do ambiente ou os produtos que devem estar em destaque;
- C. ILUMINAÇÃO GERAL:** Nesse modo, a luz é distribuída de forma regular, iluminando o ambiente em toda a sua extensão, do começo ao fim;
- D. ILUMINAÇÃO PERIMETRAL/PLANOS VERTICAIS:** Fornecem luminosidade agradável, destacando mercadorias, displays, painéis, etc.

Além do tipo de iluminação e da fonte de luz a ser utilizada, algo importante ao planejar a iluminação de uma vitrine é escolher o tipo certo de lâmpada a ser utilizada. Veja abaixo algumas lâmpadas que você pode utilizar:

- A. REFLETORAS E DICROICAS:** As refletoras e dicroicas são luzes que esquentam bastante e devem ficar a uma boa distância dos produtos e elementos da vitrine, para que não causem algum estrago. São lâmpadas pouco econômicas.
- B. LÂMPADAS HALÓGENAS INCANDESCENTES:** São lâmpadas que reproduzem de forma mais fiel a luz natural. Além disso, são mais econômicas.
- C. LÂMPADAS FLUORESCENTES:** As lâmpadas fluorescentes são, basicamente, as que têm fontes de luz frias. A distribuição da luz é feita de forma igual e necessitam de complementação para realizar a iluminação.
- D. LEDs:** A iluminação em LED pode ser tanto fria como quente. Elas possuem um longo tempo de vida útil, porém têm um custo mais alto.



1.2. Materiais e equipamentos de apoio

Os materiais e equipamentos de apoio são elementos que ajudam a compor a exposição dos produtos em uma vitrine. Utilizando esses elementos com criatividade, é possível criar incríveis vitrines. Os materiais e equipamentos mais utilizados são: cubos, suportes, nichos, pancartes, manequins e decoração. Vamos ver abaixo um pouco mais sobre cada tipo de material e equipamento:

- A. CUBOS:** Cubo é um tipo de suporte que pode ser utilizado em diversos setores comerciais e tipos diferentes de vitrines. Os cubos utilizados devem ser duráveis e recomenda-se que eles sejam de cores neutras para que possam ser utilizados em momentos necessários e diferentes tipos de vitrine.
- B. SUPORTES:** Os suportes são divididos em industrializados e confeccionados. Os industrializados são feitos e fornecidos pela indústria e geralmente são feitos em ferro, vime, plástico, madeira, vidro, etc. Os suportes confeccionados, em geral, são feitos pelo próprio vitrinista. Eles podem ser feitos de diversos materiais, sendo que, em algumas vezes, podem até ser confundidos com alguma decoração.
- C. NICHOS:** Os nichos, geralmente, podem ser utilizados como mini vitrines. Basicamente, eles “molduram” determinado produto, destacando-o e valorizando-o mais. Assim como os cubos, os nichos também devem ser de cor neutra para que não “roubem” o destaque do produto a ser exposto. Eles podem ser feitos de diversos materiais.
- D. PANCARTES:** O pancarte é um equipamento de apoio que lembra o formato da letra L. Ele pode ser feito de madeira, acrílico, papelão, borracha ou qualquer outro material em que seja possível a criação desse L.
- E. MANEQUINS:** O manequim serve como um guia de como devemos usar algum produto. Apesar de ser um dos tipos de expositores mais caros, é um dos mais usados. Os manequins não devem se destacar mais do que os produtos de uma vitrine. Tome sempre cuidado com essa questão.
- F. DECORAÇÃO:** A decoração é todo elemento que compõe uma vitrine com a função de valorizar e destacar um ou mais produtos. Serve, basicamente, para atrair a atenção do cliente para a vitrine.

1.3. Estilos de vitrines

Sempre que você for montar uma vitrine, deve ter em mente o que deseja passar com aquela exposição. Para ajudar nisso, você pode utilizar os estilos de vitrines. Essencialmente, existem três tipos. São elas: Expositiva, Visual e Folk.

- A. **EXPOSITIVA:** A vitrine expositiva utiliza apenas produtos em sua exposição, sem utilizar qualquer tipo de decoração. O que pode ser utilizado nesse estilo de vitrine são os materiais e equipamentos de apoio, como manequins, cubos, etc.
- B. **FOLK:** Uma vitrine folk é baseada em algum povo. Nesse estilo, são utilizados recursos sutis para traduzir o tema.
- C. **VISUAL:** Uma vitrine visual pode ser composta por diferentes tipos de decoração, que podem ser:
 - **Cenário:** Esse tipo de decoração busca reproduzir um cenário ou local imaginado. Para realizar essa reprodução, utilizam-se materiais reais.
 - **Cenográfica:** A vitrine cenográfica é feita, basicamente, como o estilo de vitrine Cenário, porém não são utilizados materiais reais para realizar a reprodução dos cenários ou locais imaginados.
 - **Viva:** Esse tipo de vitrine utiliza pessoas para expor seus produtos. Em lojas de roupas, por exemplos, ao invés de utilizar manequins para expor peças masculinas, femininas ou infantis, você pode fazer uma campanha que utilize pessoas vestindo essas peças. Certamente é algo que irá chamar a atenção para os produtos em exposição e, conseqüentemente, irá trazer mais público para dentro da loja em questão.
 - **Cinética:** A vitrine cinética utiliza decorações que se movimentam através de equipamentos mecânicos inseridos em manequins e outros objetos possíveis para a decoração de uma vitrine e que possibilitem esses movimentos.
 - **Luminosa:** Utiliza a luz como sendo a própria decoração. Podem ser usadas as coloridas, focos de luz, entre outras.
 - **Conceitual:** Nesta maneira, os produtos são expostos de maneira que demonstrem como devem ser utilizados. Você pode, por exemplo expor uma mesa de jantar com alguns pratos em cima. Os pratos seriam parte da decoração e mostrariam a finalidade da mesa a ser vendida.
 - **Gráfica:** Basicamente, utiliza gráficos (imagens, fotos, desenhos, entre outros) para expressar a ideia/mensagem por trás da exposição dos produtos que estão em destaque.
 - **Escala:** Utiliza tamanhos grandes e pequenos de decorações para compor a exposição da vitrine, podendo ser feita para destacar determinados tipos de produtos.
 - **Contínua:** Quando a loja possui mais de uma vitrine, a decoração utilizada em todas é a mesma, firmando assim um único estilo.
 - **Aérea:** Neste tipo de organização, os produtos são dispostos de forma a ficarem suspensos.

1.4. Layout da loja

O layout da loja é um esboço ou projeto que demonstra a distribuição física e a organização que um estabelecimento apresenta ou deve apresentar. No layout, pode-se planejar e visualizar com mais clareza onde estão ou serão construídas entradas e saídas da loja, onde se localizarão os setores de produtos, quais setores terão mais ou menos fluxo de pessoas, etc. Lembre-se sempre de que o layout deve sempre traduzir a filosofia que a empresa busca passar.

Três pontos devem ser pensados com bastante atenção ao planejar o layout de uma loja:

- A. **FLUXO DE TRÁFEGO:** É o percurso que os clientes realizam dentro de uma loja. Pensando nesse caminho que os clientes traçam dentro do estabelecimento é que será possível dispor e organizar melhor os setores de produtos e expositores.
- B. **ZONAS QUENTES:** São as áreas que mais retêm a atenção dos clientes, consequentemente são onde as pessoas mais param para visualizar e escolher os produtos.
- C. **ZONAS FRIAS:** Diferente das zonas quentes, as frias são as áreas onde os clientes ficam menos tempo, ou seja, as que não retêm muito a atenção de quem passa. Esses pontos geralmente estão na entrada ou saída de uma loja.

1.5. Planograma

O planograma é um planejamento feito para que os produtos sejam dispostos da forma mais organizada possível em prateleiras, gôndolas e afins. Para essa organização, vê-se os tamanhos dos produtos, suas cores, marcas, tipos, tudo para que haja a melhor visualização desses produtos por parte do público do estabelecimento. Tendo um planograma, também é possível verificar quais produtos estão tendo mais saída e quais estão tendo menos.

1.6. Orientações Básicas de Merchandising (OBM)

As Orientações Básicas de Merchandising são todas as estratégias e padrões desenvolvidos para serem aplicados nas lojas. Elas são criadas, geralmente, em softwares como Photoshop, Corel Draw, Sketchup e outros programas afins, com o intuito de simular o ponto de venda e/ou as vitrines. Além disso, pode-se utilizar fotos reais para repassar as informações referentes às regras de exposição de determinados produtos. Isso facilita a padronização deles dentro do PDV.



1.7. Exercícios da Apostila:

Olá, seja bem-vindo a nossa área de exercícios. Desenvolvemos uma série de atividades para que você domine todo conteúdo abordado nesta aula. É muito importante que você faça todos os exercícios e, se houver qualquer dúvida, chame o seu instrutor.

Crie um arquivo novo no Word ou use seu caderno para responder às seguintes perguntas.

1. *Como deve ser a iluminação de uma vitrine?*
2. *Com suas palavras, o que são os materiais e equipamentos de apoio em uma vitrine. Depois disso, cite 3 exemplos e defina a função de cada um.*
3. *Qual a diferença entre as zonas quentes e as zonas frias de um PDV?*
4. *O que é Fluxo de Tráfego?*
5. *O que é o layout de uma loja?*
6. *Quais são os estilos de vitrines mais utilizados? Explique um pouco sobre cada um.*
7. *Visite 5 lojas da sua cidade e anote as seguintes informações, lembrando de omitir o nome da loja visita (de preferência, crie um nome fictício para elas):*
 - a) *A vitrine tem algum tipo de iluminação? Se sim, como é essa iluminação (direta, indireta, geral ou perimetral)?*
 - b) *Quais são os materiais e equipamentos de apoio utilizados?*
 - c) *Qual o estilo predominante nessa vitrine?*
 - d) *Como é o planejamento de espaço dessa vitrine?*