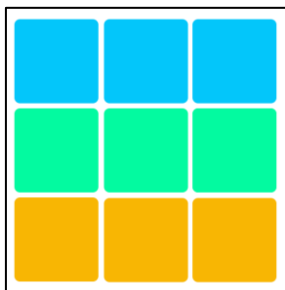


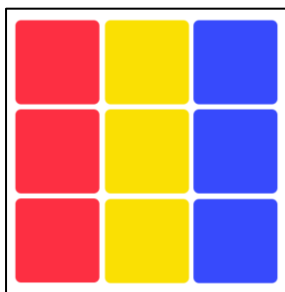
1. Apresentações

Ao montar uma vitrine, você pode utilizar as seguintes apresentações: Horizontal, Vertical, Diagonal e Pirâmide (observe as imagens abaixo).

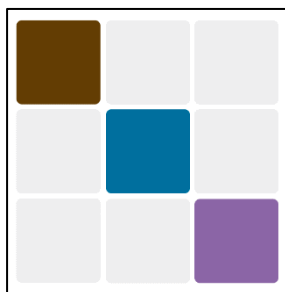
1) Horizontal:



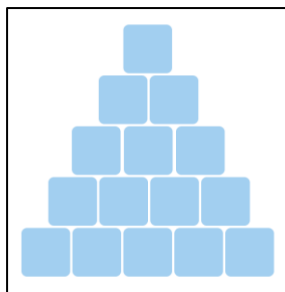
2) Vertical:



3) Diagonal:



4) Pirâmide:



1.1. Equilíbrio

Uma vitrine equilibrada é capaz de passar melhor a sua mensagem. Sendo assim, as vendas terão muito mais chances de serem concretizadas.

Ao criar, você deve valorizar a história do produto que está em destaque, de forma que, na apresentação da vitrine, a qualidade e o serviço que acompanham esse produto estejam presentes ali.

Sempre que você montar uma vitrine, lembre-se de que deve causar surpresa a quem esteja olhando. Então, é importante que ela esteja sempre cheia de novidades. Isso é um diferencial que certamente irá fazer com que mais clientes sejam captados e convencidos a comprar determinado produto. Mesmo que você troque os produtos de lugar na vitrine, a sensação de novidade e curiosidade devem permanecer presentes.

Os produtos de uma vitrine devem estar posicionados de forma chamativa/atraente, sendo também equilibrados com as demais estruturas, equipamentos e outros produtos existentes no local de exposição. Por esse motivo, a forma irregular deve ser evitada, pois transmite a sensação de bagunça e amadorismo.

A decoração de uma vitrine nunca deverá ser sobrecarregada. Você deve ter em mente que o público que visualiza a vitrine realiza essa ação por apenas alguns segundos, por isso esse curto tempo deve ser suficiente para prender a atenção dessas pessoas. Se a sua vitrine for sobrecarregada, o consumidor não conseguirá captar o foco principal da exposição e acabará passando por ela sem ser “tocado”. O equilíbrio só é atingido quando existe uma proporção de todos os elementos.



1.2. Simetria

Na simetria, a vitrine deve ser composta com formas e tamanhos semelhantes e altura e distâncias similares.

Nesse modo, a vitrine deve ser pensada como tendo um eixo central. Então, os elementos dessa vitrine devem ser distribuídos a partir desse eixo central.



Uma vitrine simétrica é aquela em que seus elementos estão dispostos de maneira igual, ou seja, ambos os pontos dela apresentam o mesmo peso.

Podemos dividir a simetria ainda em Simetria Rígida e Simetria Variável:

1. SIMETRIA RÍGIDA

- Partindo do eixo central, os produtos são dispostos de modo que um lado é o reflexo fiel do outro, tal qual um espelho;



2. SIMETRIA VARIÁVEL

- Na simetria variável, também se parte de um eixo central, porém os elementos são dispostos de forma mais livre nas suas metades, podendo ser de diferentes formas e iguais tamanhos. Não há rigidez na disposição dos produtos.



1.3. Assimetria

Ao organizar uma vitrine por esse modo, deve-se posicionar os produtos a partir de um eixo central. Contudo, nesse modo, as laterais desse eixo não são iguais ou semelhantes.

Mesmo que não exista produtos nas laterais do eixo central, uma vitrine pode ser considerada assimétrica.



1.4. Cross Merchandising

O termo Cross Merchandising se refere ao comércio cruzado de produtos. Nesse método de exposição, você deve posicionar diferentes tipos de produtos próximos uns aos outros para que a venda de um produto alavanque a venda de outro. Você pode, por exemplo, posicionar copos próximos às bebidas, lenços umedecidos próximos às fraldas, etc. Essa exposição cruzada faz com que produtos que, talvez não tenham tanta notoriedade, passem a ter mais destaque em uma loja e consequentemente passem a ser mais vendidos também.

É essencial que os produtos que farão parte de um Cross Merchandising, apesar de serem diferentes, tenham realmente uma ligação. Caso contrário, o cliente poderá considerar de mau gosto colocar. Por exemplo: uma pasta de dentes próximo a um pacote de café. Além disso, quando uma pessoa está escolhendo um determinado produto em um corredor ou outro local, ela está focada naquela categoria e universo de produtos. Se a relação dos produtos não fizer

muito sentido, provavelmente um dos produtos daquele cross (cruzamento) será ignorado e não fará diferença alguma para expandir o número de vendas de determinado local.

O Cross Merchandising, basicamente, faz com que a intenção de compra do cliente seja ampliada, fazendo com que, através desse método, ele compre algo que não estava programado em sua lista, simplesmente porque lembrou ou porque percebeu a importância de adquirir aquele produto.



Algumas dicas ao aplicar o Cross Merchandising:

- Conheça o seu público;
- Saiba que o cruzamento dos produtos deve fazer sentido. Caso contrário, os itens que foram agrupados não terão uma venda muito efetiva;
- Escolha uma temática para criar a exibição dos produtos;
- O cruzamento dos produtos deve ser coeso e lógico;
- Não exagere no Cross Merchandising: estabeleça focos na loja onde serão estabelecidos essa técnica. Do contrário, o cliente pode se sentir confuso e não encontrar o que busca.

1.5. Cores

As cores possuem características capazes de despertar sensações positivas ou negativas no cliente em potencial e são essenciais ao pensar na criação da sua vitrine. Utilizando-as corretamente, você pode captar muito mais clientes para o seu negócio.

É interessante que você planeje a decoração da sua vitrine de acordo com a atmosfera que deseja criar. Cores frias criam a sensação de calma, bem-estar e tranquilidade. Já as cores quentes, podem criar a sensação de excitação, alegria e movimento.

Veja quais são as cores frias e quentes:

Cores Frias



Cores Quentes



O importante é que você saiba escolher a cor certa para o tipo de produto ou campanha de venda que esteja fazendo para a sua vitrine. Por exemplo, em datas comemorativas, como dia dos namorados, dias dos pais ou Natal, você pode utilizar cores específicas na sua vitrine que lembrem ou façam uma ligação desses temas com o produto que está sendo exposto. Você também pode utilizar as cores das estações para reavivar e deixar a sua vitrine mais atual.

Além disso, montar uma vitrine tendo como base um público alvo é muito interessante. Dessa forma, você pode criar uma vitrine direcionada para pessoas que praticam esportes, que gostam de ler ou jogar videogame, etc. E acima de tudo, para criar uma vitrine de sucesso, é essencial que você alie tudo que foi visto até agora à sua criatividade.

1.6. 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. *Quais as apresentações que podem ser criadas ao montarmos uma vitrine?*
2. *Desenhe uma vitrine que tenha a apresentação horizontal.*
3. *Como é possível atingir o equilíbrio de uma vitrine?*
4. *Dê 10 exemplos de Cross Merchandising que você já tenha visto em alguma loja/mercado da sua cidade ou região.*
5. *Por que as cores são importantes na criação de uma vitrine?*