

Guía Nº 2015-14: EXHIBICIÓN POWER

Departamento de Visual Merchandising y Publicidad

Mayo 2015



Bata

Estimadas Empresas Asociadas:

De acuerdo al Contrato de Asociación en Participación suscrito con su representada, procedemos a enviar la GUÍA 2015-14: EXHIBICIÓN POWER.

Vigencia de guía y materiales:

•INICIO: 22 DE MAYO 2015

•FIN: HASTA NUEVO AVISO

OBJETIVOS:

Bata

RECORDAR los
elementos exclusivos
y vigentes de la
marca.

MOSTRAR la
exhibición
recomendada



POWER



Play On

Bata



Elementos Vigentes Power



JALAVISTA NUEVO POWER

Bata



DAMAS
POWER



CABALLEROS
POWER

Es un jalavista rígido en rosado (para damas) y en azul (para caballeros). **La finalidad de este material es indicarle al cliente los nuevos artículos de la marca Power.**

JALAVISTA NUEVO POWER

Bata



El jalavista se coloca dentro del calzado, igual a como se observa en la fotografía.



El jalavista “Nuevo” Power es **exclusivamente** para los **artículos nuevos** marca **POWER**.

POP A4, 57X57 Y 50X70 CMS

Bata

POP A4



Ubicación:

- Repisas
- Muebles T
- vitrinas

POP 57X57 CMS



Ubicación:

- Repisas

POP 50X70 CMS



Ubicación:

- Repisas
- Columnas habilitadas.

CUBOS Y VINILES

Bata

CUBOS



VINILES



Ubicación:

- Repisas
- Muebles T
- vitrinas

Ubicación:

- Zona deportiva
- Repisas habilitadas en vitrina

FLEJES DEPORTIVOS

Bata

DAMAS

CABALLEROS



ATHLETIC



OUTDOOR



OUTDOOR



ATHLETIC



FULBITO

Ubicación:

- Zona deportiva

Ubicación:

- Zona deportiva

HANGTAG (ETIQUETAS) OFERTAS

Bata



DELANTE



DETRÁS

Es una etiqueta **exclusiva** para **ofertas Power** en el cual se puede escribir el precio anterior y el precio con descuento.

HANGTAG (ETIQUETAS) EJEMPLO DE OFERTAS

Bata



Es muy recomendable:

- Utilizar **plumón negro** para escribir los números.
- Guardar un **espacio proporcional** entre número y etiqueta.
- Cuidar de **centrar las cifras**.
- Recordar colocar el **símbolo** de nuevo sol.



Play On

Bata



Exhibición Power

EXHIBICIÓN POWER EN ZONA DEPORTIVA

Bata



Las siguientes imágenes, muestran **un ejemplo** de ubicación en tiendas donde las bajadas de exhibición se agrupan en dos partes iguales: seis para damas y seis para caballeros.

Corresponde a cada tienda la adecuación de este ejemplo a la realidad del espacio disponible.

Existen dos tipos :

**A) EXHIBICIÓN
HORIZONTAL**

Corresponde a la ubicación
de jalavistas y hungtags de
ofertas.

**B) EXHIBICIÓN
VERTICAL**

Posición del calzado
agrupado en sub-categorías
y familias.



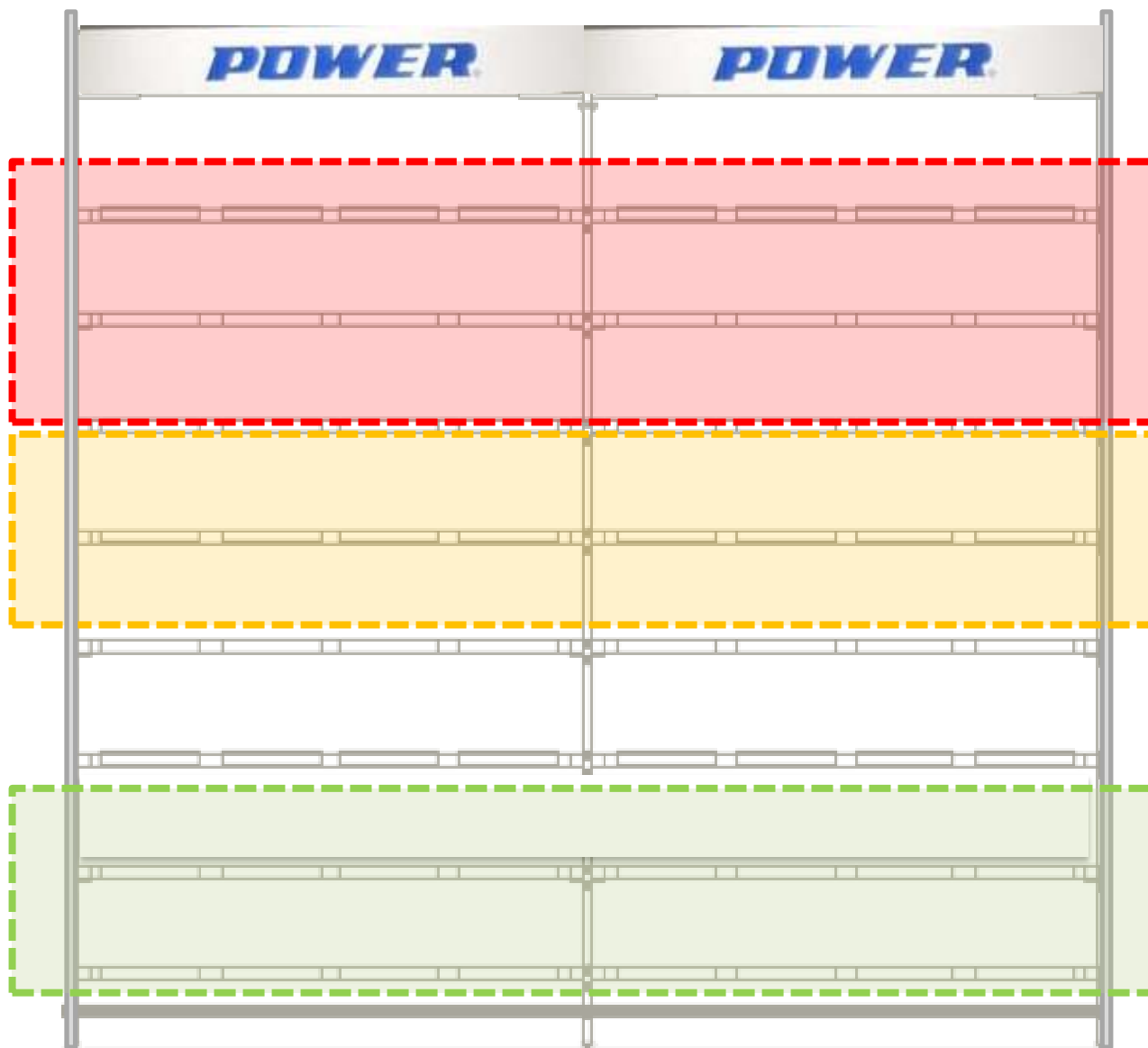
Bata

A) Exhibición Horizontal (Jalavistas y hangtags)



EXHIBICIÓN HORIZONTAL: jalavistas y hangtags

Bata



ZONA PREFERENTE **(A la altura de la vista)**

- Artículos NUEVOS.
- Artículos de mayor valor.
- Artículos de cuero.

ZONA PRIMARIA

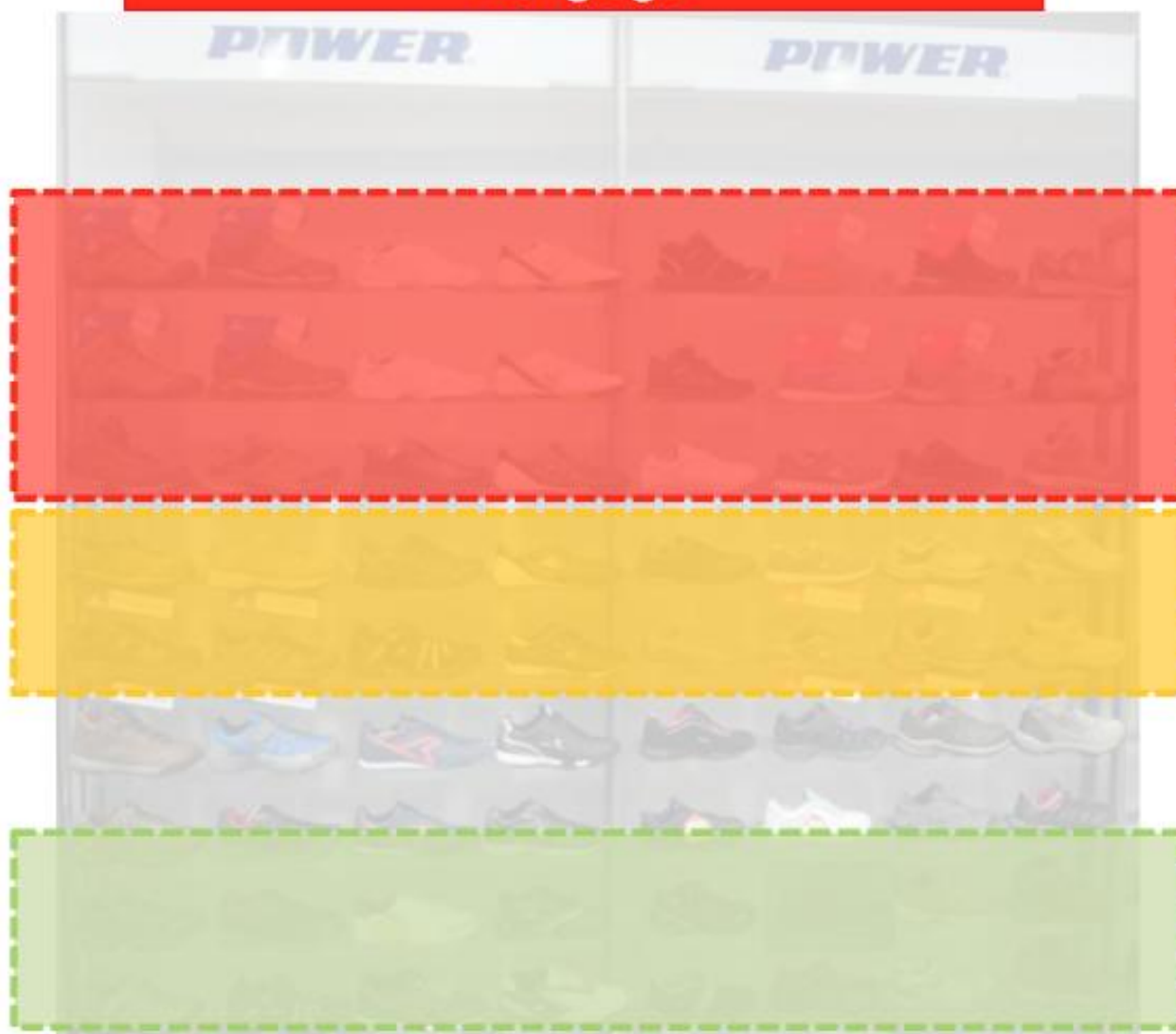
- Artículos “gancho”.
- Artículos varios.

ZONA SECUNDARIA

- Artículos en **OFERTA POWER.**
- Artículos varios .

EXHIBICIÓN HORIZONTAL: jalavistas y hangtags

Bata



ZONA PREFERENTE

Mantener en exhibición horizontal, únicamente, los jalavistas “Nuevo”.

ZONA PRIMARIA

Tratar de ubicar en zona primaria artículos “gancho”.

ZONA SECUNDARIA

Sólo se distribuye en zona secundaria el calzado con etiquetas de ofertas Power.

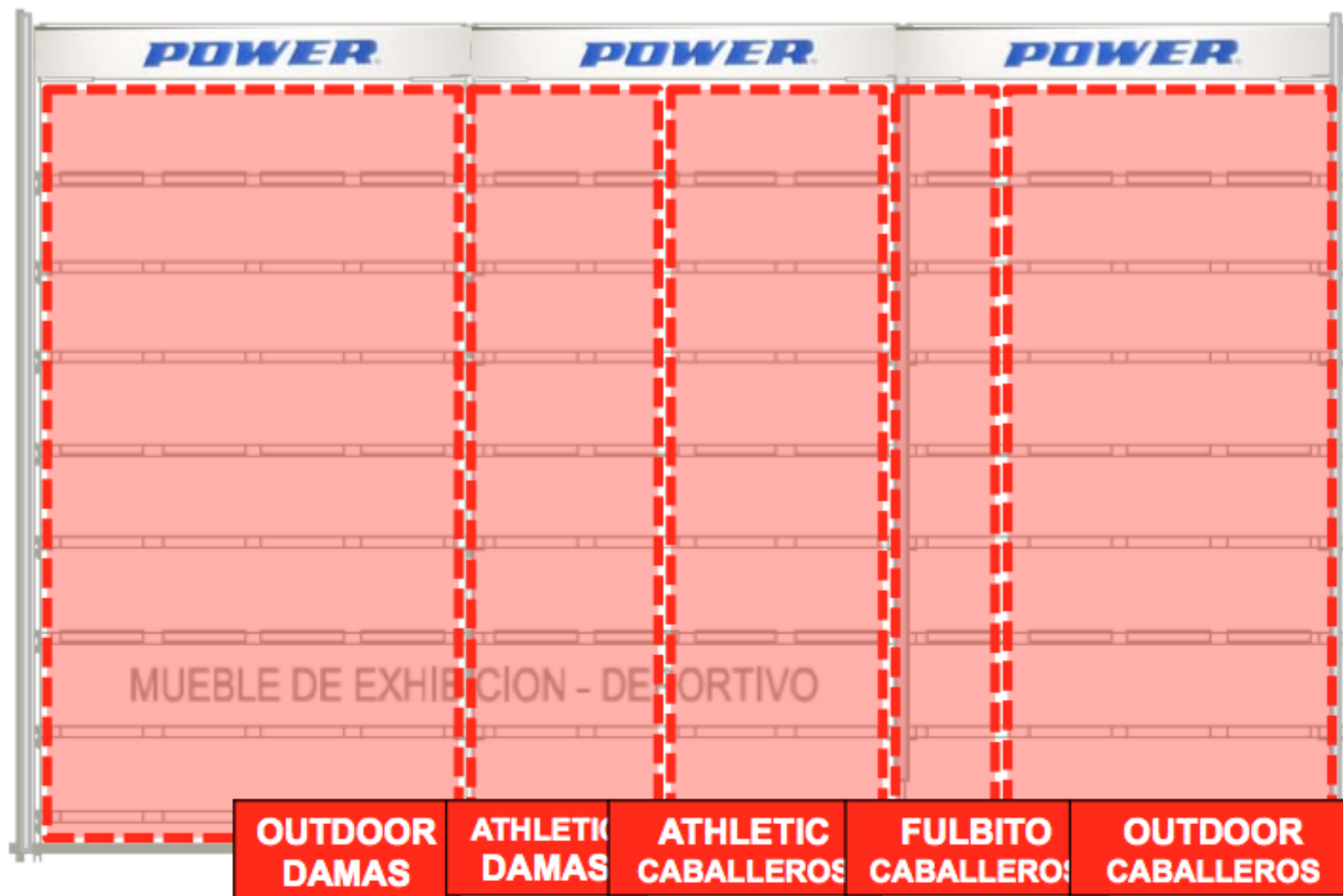


B) Exhibición Vertical (Sub-categorías y familias)



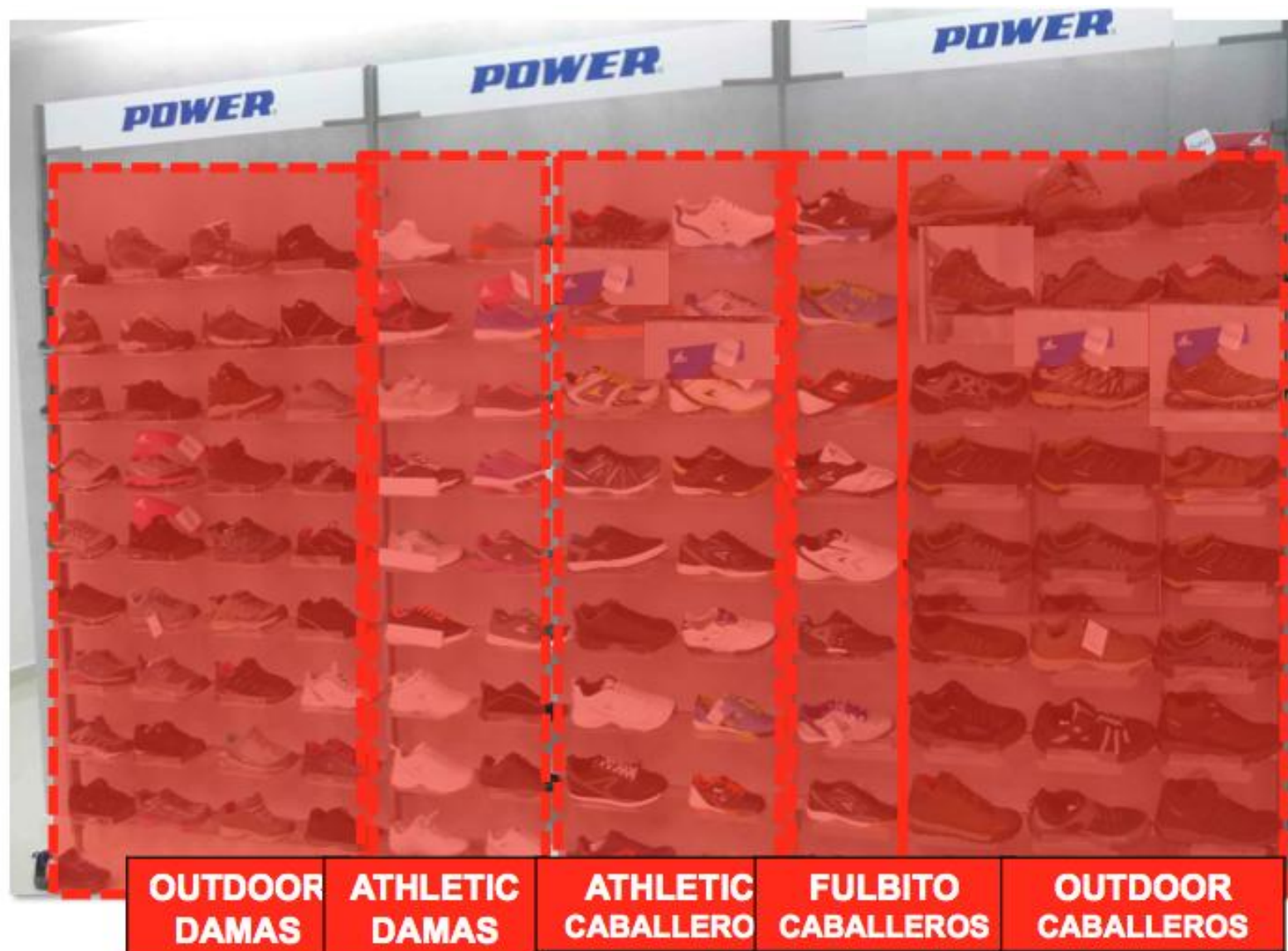
**EXHIBICIÓN VERTICAL:
sub-categorías y familias**

Bata



**EXHIBICIÓN VERTICAL:
sub-categorías y familias**

Bata



EXHIBICIÓN POWER: por géneros

Bata

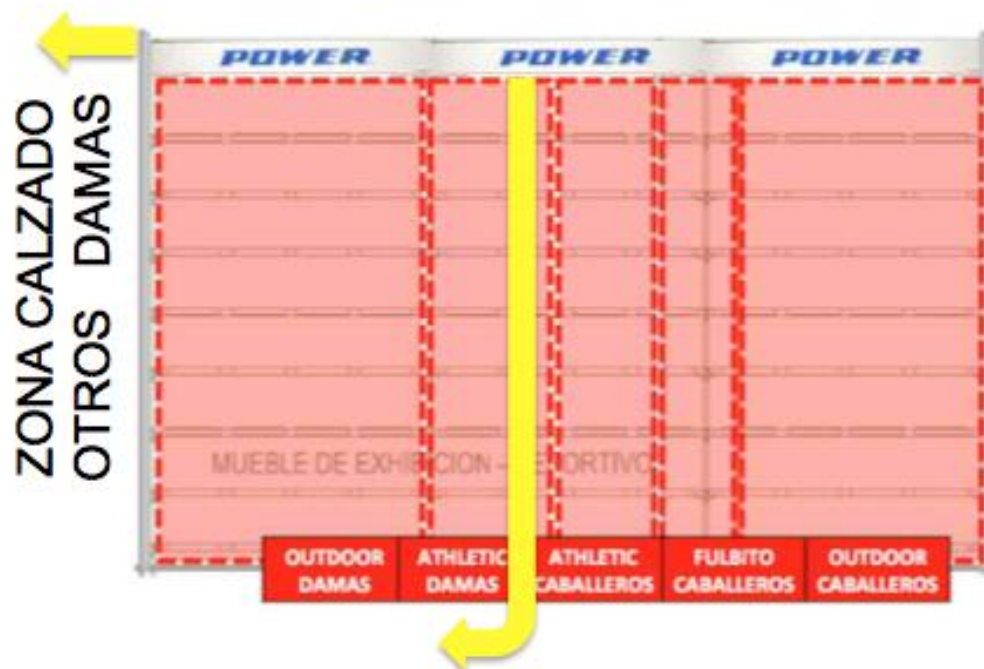


EXHIBICIÓN POWER: ¿izquierda o derecha?

Bata

Esta distribución por categorías se hizo considerando que la zona “**calzado otros damas**” estaba al lado **izquierdo** de la tienda, y la de caballeros, al lado derecho. Por ello, para dar continuidad de género, el **deportivo damas** está ubicado a la **izquierda**.

En el caso que la zona “**calzado otros damas**” esté ubicada a la **derecha** de la tienda, habría que colocar, también, la sección **deportiva damas**, a la **derecha**.



Play On

Bata



Tips de Exhibición

EXHIBICIÓN VERTICAL: agrupada por familias (o suelas)

Bata

Tips de exhibición



Para agrupar en forma vertical el calzado deportivo, se sugiere hacerlo:

1º Por familias.

2º Por modelos.

3º Por colores.

EXHIBICIÓN VERTICAL:
agrupada por familias (o suelas)

Tips de exhibición



Para ordenar **por familias**, se puede hacer mirando las **suelas**.

EXHIBICIÓN POWER: ¿izquierda o derecha?

Tips de exhibición

Bata



Recordar colocar la etiqueta de ofertas Power por la cara de un solo precio (delante).

EXHIBICIÓN POWER: ¿izquierda o derecha?

Tips de exhibición

Bata

No olvidar que todos los elementos visuales Power de esta guía, son los vigentes. Por ello, se recuerda retirar cualquier otro material Power de sala de ventas (incluyendo la retirada de los dos jalavistas: RECOMENDADO).





Para consultas o aportes a esta Guía, contactar a:
Dpto. de Visual Merchandising
Militza Byrne,
María Mónica Chachi
Teléfono (51 1) 989351332



Bata