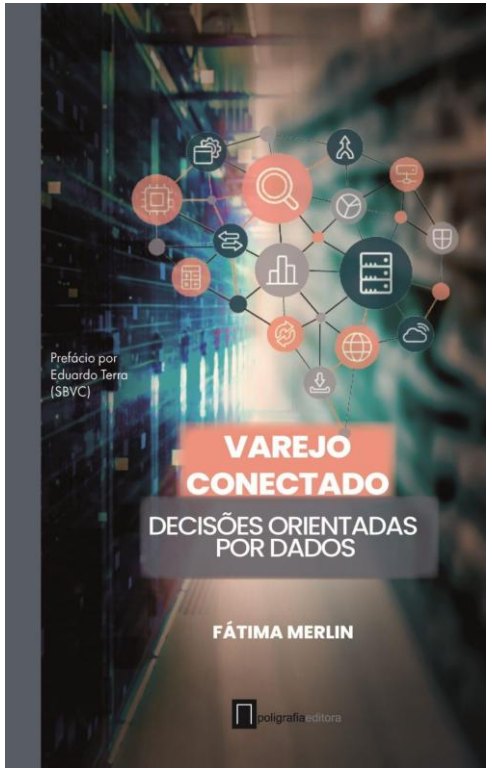
GERENCIAMENTO POR CATEGORIA

COMO GARANTIR UMA BOA EXECUÇÃO EM LOJA?

Fatima Merlin

Connect Shopper



CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

Observações Importantes:

O conteúdo desta apresentação é de propriedade da Connect Shopper, podendo ser utilizados pelo cliente única e exclusivamente para seu uso interno. Ao cliente é vedada a reprodução, no todo ou em parte, por qualquer método reprográfico, bem como a divulgação e/ou transferência a terceiros sem prévia autorização expressa e por escrito da empresa.

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

Master Business em Marketing pela FIA, Economista, especializada em comportamento do consumidor, trade marketing INDÚSTRIA E VAREJO. Fundadora e CEO da Connect Shopper, Conselheira, Mentora e Palestrante, Co-idealizadora e fundadora do Grupo Mulheres do Varejo

Mestre em comportamento do consumidor, MBA em Marketing, economista, especializada em varejo, pesquisa em marketing, gerenciamento por categoria e shopper atua há mais de 30 anos nestas áreas.

Professora de Varejo, Pesquisa de Marketing e Comportamento do Consumidor

Autora dos livros Meu cliente não voltou, e agora? e Shoppercracia e versão em inglês via ebook Shoppercracy e Varejo Conectado: Decisões Orientadas por Dados pela editora Poligrafia

FÁTIMA.MERLIN@CONNECT.SHOPPER.COM.BR 11 99160-7153

QUEM SOMOS?

Paixão por gerar insights sobre o shopper + profundo conhecimento do varejo e categorias / consumo para desenvolver ações direcionadas =

RESUTADOS

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

OBJETIVO DO CURSO

Oferecer uma visão prática e aplicada do GC com ênfase na exposição.

Explorar os pilares essenciais para uma execução eficiente e rentável

Fornecer um roteiro básico de implantação

Módulo 4 - COMO GARANTIR UMA BOA EXECUÇÃO EM LOJA?

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

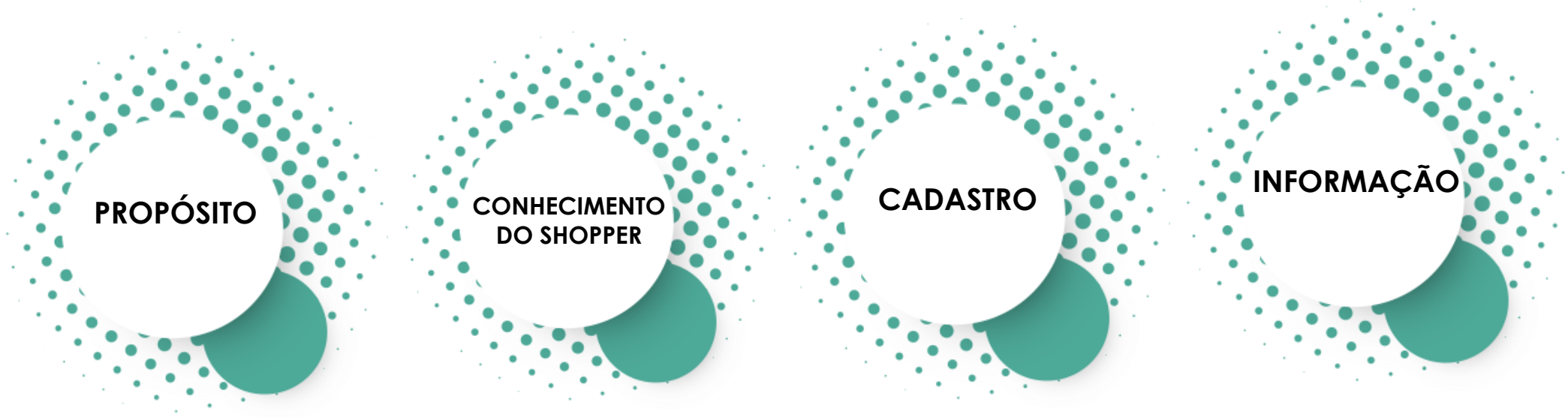
RELEMBRANDO...
O QUE É O GERENCIAMENTO POR CATEGORIA?

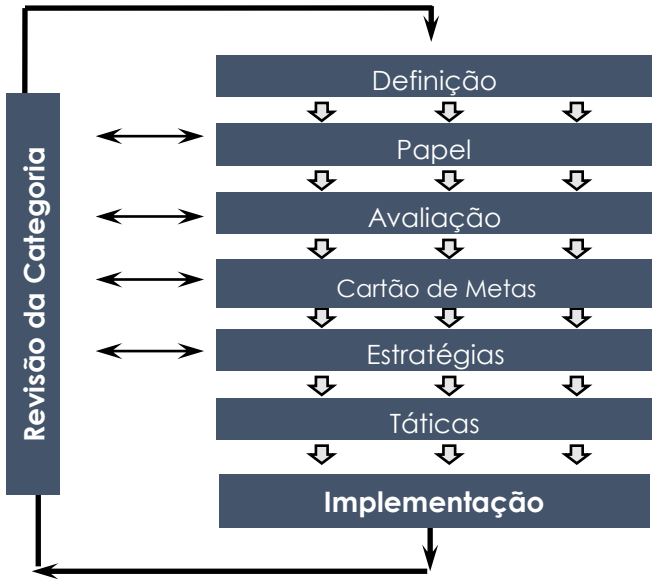
O **Produto certo**, disponível (**sem ruptura**), no momento em que o cliente necessita e deseja, na **quantidade adequada**, com as **variações de preço** que o cliente quer pagar, bem **sinalizado e exposto adequadamente** de modo a facilitar o processo de compra e decisão do cliente.

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

PILARES BÁSICOS

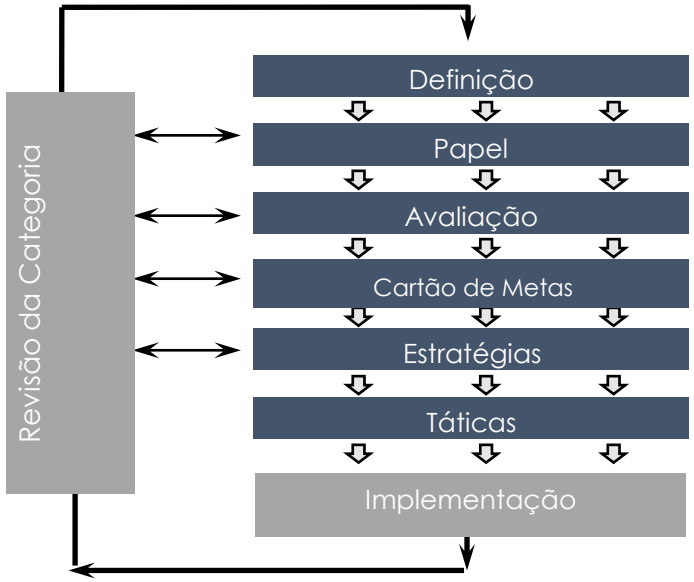




CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

TÁTICAS DA CATEGORIA



É O MOMENTO QUE SE DEFINE QUAIS **AÇÕES ESPECÍFICAS SERÃO EXECUTADAS** PARA CADA CATEGORIA A SEREM GERENCIADAS

BASE ESTRATÉGIA E NECESSIDADES DO SHOPPERAS

Sortimento

Promoção

Preços

Abastecimento

Exposição Merchandising

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

EXPOSIÇÃO

Determinar qual **o local e como** a categoria será apresentada aos clientes no PDV

Determinar qual o **tamanho do espaço** de área de vendas a categoria, subcategoria, segmento ou subsegmento irá ocupar.

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

O poder de uma exposição adequada

80%

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

+ 1/4 dos compradores **escolhem** pela

demonstração / exposição do produto

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

EXPOSIÇÃO

Loja prática, resolutiva

Layout, setorização, ambiente agradável, boa sinalização...

TRANSFORMAR CADA VISITA LOJA EM CONVERSÃO DE VENDAS

PASSOU PELA GÔNDOLA	OLHOU	PAROU	INTERAGIU	COLOCOU NO CARRINHO / COMPROU
100	50	30	15	5

EXPOSIÇÃO

LAYOUT x PLANOGRAMA

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

LAYOUT

- O lay-out define a localização das **gôndolas / categorias na loja**, devendo:
  - Promover equilíbrio no fluxo e vendas dos corredores
  - Seguir uma lógica coerente
  - Alavancar categorias frias
  - Ser validado pelo comportamento do consumidor (trajeto e compras)

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento
CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

LAYOUT

Na “shoppercracia” levaria m conta o trajeto e compras do shopper

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

LAYOUT X DIFERENTES PAPÉIS DE CATEGORIAS

- ✓ Categoria Destino: âncora no layout, fundo na loja, paredes finais;
- ✓ Categoria Rotina
  - ✓ 1 - geradoras de tráfego: laterais da loja;
  - ✓ 2 – rotinas: meio da loja;
- ✓ Categoria Conveniência: frente de caixa ou de acordo com o fluxo;
- ✓ Categoria Ocasional ou Sazonal: ponta de gôndola e pontos extras;

EXEMPLO DE MINIFLOOR ATUAL

1	CERV ESP	CERV ESP	CERVEJAS	CERVEJAS	CERVEJAS	CERVEJAS	CERVEJAS	CERVEJAS	CERVEJAS	CERVEJAS	CERVEJAS
	SOJA	SOJA	SUCO	SUCO	SUCO	SUCO DE UVA	CHAS	ISOTONICO	ENERGETI	REFRESCO PÓ	REFRESCO PÓ
2	CHOCOLATE	CHOCOLATE	CHOCOLATE	CHOCOLATE	AMENDOIN	SALGADINHOS	SALGADINHOS	SALGADINHOS	SALGADINHOS	SALGADINHOS	BATATA PALHA
	BISC DOCE	BISC DOCE	BISC DOCE	BISC DOCE	BISC DOCE	BISC DOCE	BISC DOCE	BISC DOCE	BISC DOCE	BISC DOCE	BISC DOCE
3	BALAS	BALAS	PIPOCA DO	GELEIA	TORRADA	TORRADA	BISCO SALG	TORRADA	BISC SALG	BISC SALG	BISC SALG
	FARINACEOS	FARINACEOS	FARINACEOS	FAROFA	GRANOLA	COOKIES	MACROBIOTICOS	MACROBIOTICOS	GELEIA DIET	BARRAS	ADOCANTE
4	PIP MIC	TRIGO	TAPIOCA	ACUCAR	ACUCAR	ACUCAR	ACUCAR	ACUCAR	ACUCAR	ACUCAR	ACUCAR
	SOJA NAT	ACHOC LIQ	LEITE	LEITE	LEITE	LEITE	LEITE	LEITE	LEITE	LEITE	LEITE
5	GARRAFA	SOLUVEL	CAPSULA	FILTRO	CAFÉ	CAFÉ	CAFÉ	CAFÉ	CHA	ACHOC	ACHOC
	DOCE	DOCE	DOCE	BOLO	BOLO	BOLO	COCO RALADO	LEITE DE COCO	DOCE CALD	GELATINA	GELATINA
6	CEREAIS	CEREAIS	CEREAIS	LEITE PÓ	LEITE PÓ	AVEIA	ALIM INF	FORMULAS	COMPL ALIM	CREME LEITE	LEITE COND
	PRATO PRONTO	SOPA	SOPA	CALDO	TEMPERO	TEMPERO	TEMPERO	TEMPERO	ESPECIARIA	ESPECIARIA	MOLHOS
7	MOLHO PIM	SAL	VINAGRE	VINAGRE	AZEITONA	AZEITONA	TUBERCULO	PALMITO	PALMITO	ERVILHA	MILHO
	MASSAS	MASSAS	MASSAS	MASSAS	MASSAS	MASSAS	MASSAS	MASSAS	MAC CASEIRO	MAC CASEIRO	LASANHA
8	SARDINHA	ATUM	MOLHO	MOLHO	MOLHO	POLPA TOMATE	EXT TOMATE	MAC INSTANTA	MAC INSTANTA	MAC INSTANTA	MAC INSTANTA
	ARROZ	ARROZ	ARROZ	ARROZ	ARROZ	ARROZ	ARROZ	ARROZ	FEIJAO	FEIJAO	FEIJAO
9	AZEITE	AZEITE	AZEITE	OLEO ESP	OLEO ESP	OLEO	OLEO	MOSTARDA	CATCHUP	MAIONESE	MAIONESE
	PAP HIG	PAP HIG	PAP HIG	PAP HIG	PAP HIG	PAP HIG	PAP HIG	PAP HIG	PAP HIG	PAP HIG	PAP HIG
10	ABSORVENTE	ABSORVENTE	ABSORVENTE	ABSORVENTE	FRALDAS	FRALDAS	FRALDAS	FRALDAS	FRALDAS	FRALDAS	FRALDAS
	LUSTRA MÓV	LIMPA VIDRO	DESODORIZADOR	DESODORIZADOR	INSETICIDA E REP	INSETICIDA E REP	AGUA SANIT	AGUA SANIT	ALVEJANTE	TIRA MANCHA	TIRA MANCHA
11	AMACIANT	AMACIANT	AMACIANT	AMACIANT	LAV ROUPA	LAV ROUPA	LAV ROUPA	LAV ROUPA	LAV ROUPA	LAV ROUPA	LAV ROUPA
	PEDRA SANIT	TIRA LIMO	LIMP PERFUM	LIMP PERFUM	DESINF	DESINF	DESINF	MULTI USO	MULTI USO	CERAS	CERAS
12	LAVA LOUÇA	LAVA LOUÇA	SAB PEDRA	DESENGORDURANT	PANOS	ESPONJA	LÃ AÇÕ	SACO LIXO	VASS E RODO	VASS E RODO	VASS E RODO
	HAIR	HAIR	HAIR	HAIR	HAIR	HAIR	HAIR	HAIR	HAIR	HAIR	HAIR

DESOD	SABONETE
DESOD	SABONETE
DESOD	SABONETE
DESOD	SABONETE
DESOD	SABONETE

ENXAGUANTE	LAMINA
CREME DENTAL	GEL
CREME DENTAL	ESCOVA
CREME DENTAL	ESCOVA

INF	ALGODAO
INF	HAST FLEX
ACESS	TROCAS

TINTURA	ESMALTE
TINTURA	LEITE ROSA

PREMISSAS BÁSICAS PARA UM BOM LAYOUT

1.Empresa tem uma estratégia clara (propósito bem delineado);

2. Conhecimento do Shopper, das diferentes missões de compra (lembrando que pode ocorrer diferenças em relação a períodos da semana e horários), do trajeto / montagem do carrinho;

3.Categorias e seus papéis bem definidos.

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

PREMISSAS BÁSICAS PARA UM BOM LAYOUT

Estratégias diferentes, exigem soluções específicas, cada qual demandando um projeto de layoutização próprio

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

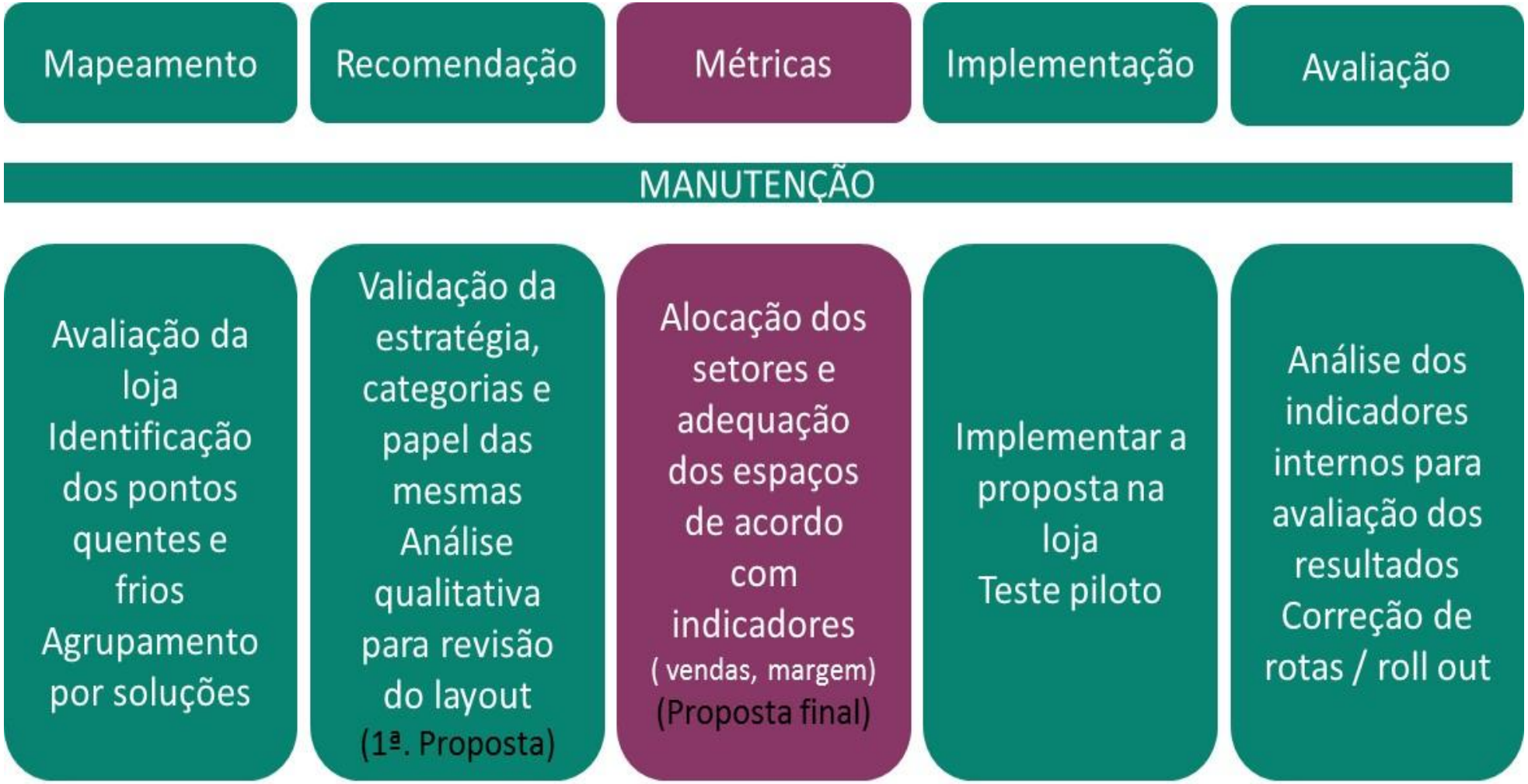
CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

COMO SE DÁ A DISTRIBUIÇÃO ÓTIMA?

1. Análise da situação atual
2. Avaliar possíveis melhorias – detalhando uma proposta
3. Implementação da proposta
4. Monitoramento dos resultados e correção de rotas

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento
CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

METODOLOGIA CONNECT SHOPPER

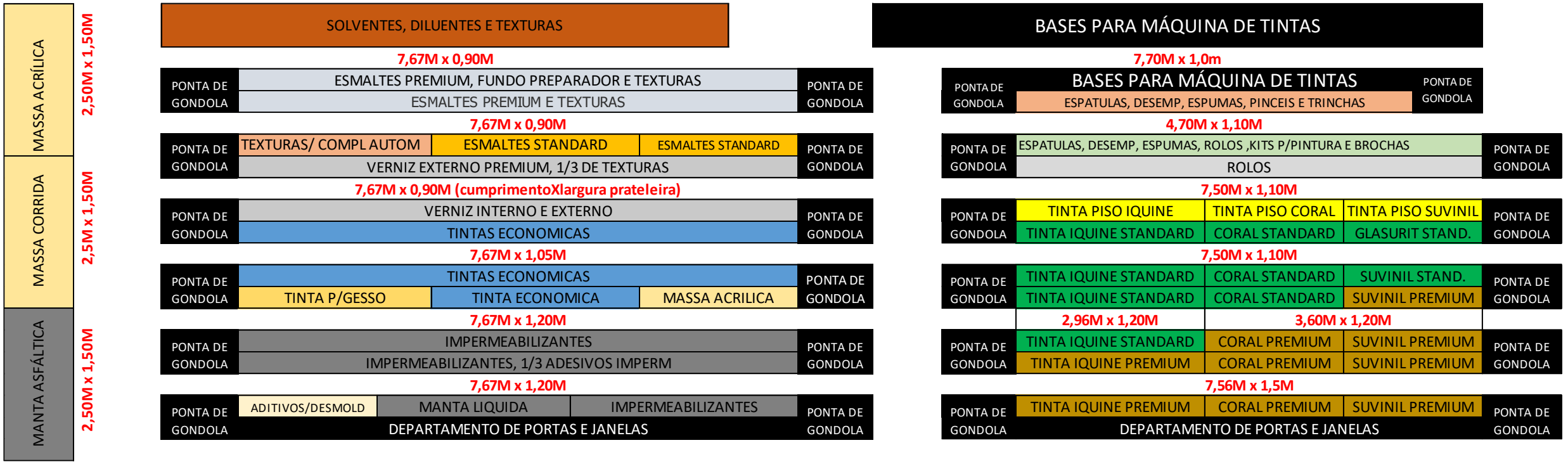


Adaptada do ECR

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

Caso cliente Home Center



CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

DICAS ONDE NA LOJA?

- Considere a montagem do carrinho necessidades do shopper.....

PENSANDO EM TINTAS....

QUAL O MELHOR LAYOUT?

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

DICAS ONDE NA LOJA?

PREPARO

APLICAÇÃO

FINALIZAÇÃO

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

DICAS ONDE NA LOJA?

- Analise o fluxo atual e desejado nos corredores
  - Categorias quentes podem alavancar frias: trabalhe a proximidade
- Preservar a identidade visual
- Sinalização é essencial: soluções na loja e lógica de exposição de cada uma

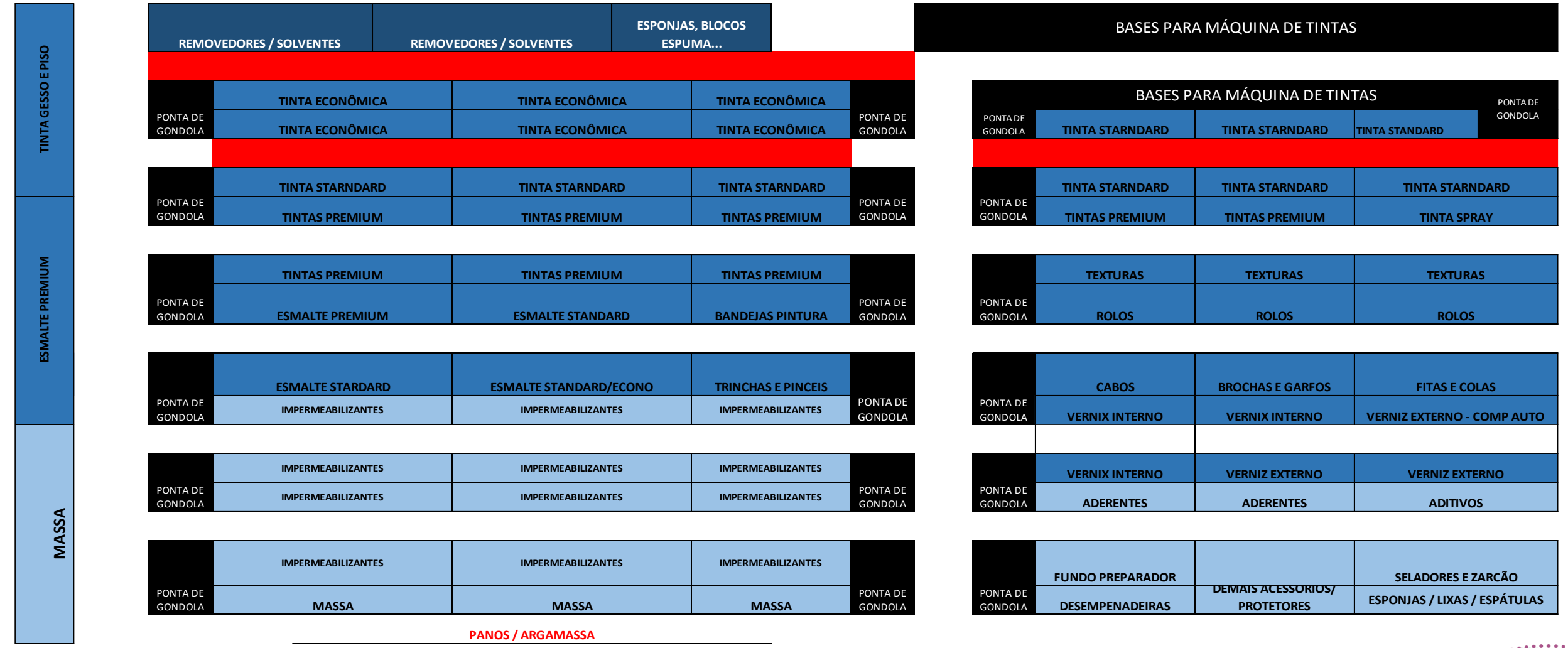
TÁTICAS SUGERIDAS PELAS ESTRATÉGIAS

ESTRATÉGIA	MERCHANDISING / LOCALIZAÇÃO
Aumentar Tráfego	Localização privilegiada para esses produtos
Aumentar Transação	Privilegiar espaço para produtos com maiores volumes de transação
Gerar Lucro	Dar mais espaço para itens de maior lucro
Proteger Território	Espaço/localização preferencial para itens alvo
Gerar Caixa	Alocar espaço para maximizar giros da categoria
Criar Sensação	Espaço/localização proeminente para segmentos crescentes e itens novos
Reforçar Imagem	Espaço/localização especial para esses produtos

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

Redesenhamos o minifloor....



CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

PLANOGRAMA

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

PLANOGRAMA

O planograma trata da **localização do produto na gôndola**, padroniza a exposição de produtos, cria identidade visual, melhora a gestão dos estoques, aumenta a variedade de produtos

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

PLANOGRAMA

deve retratar com precisão cada prateleira da loja, indicando:

- a localização exata de todos os produtos do sortimento;
- a quantidade exposta de cada item, além da sua localização exata, quantas frentes, altura e profundidade

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

BENEFÍCIOS

- ✓ Agilidade e rapidez de compras;
- ✓ Redução no nível das quebras;
- ✓ Facilidade de reposição;
- ✓ Maior acessibilidade e visibilidade por parte do cliente;
- ✓ Aumento de vendas e lucro
- ✓ Facilitar para o varejista a exposição de novos itens

(obviamente na categoria / solução)

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

PLANOGRAMA

1°. Passo entender como o shopper compra / segmenta / usa a categoria

MOMENTO USO/ CONSUMO	HIERARQUIA DE DECISÃO
Ocasião de uso / consumo do produto, por quem será consumido	Árvore de decisão no canal

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

SE NÓS PENSASSEMOS EM TINTA????

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

1. Qual a necessidade / fases da obra etapa:

PREPARO – massa corrida, vedação, impermeabilização

APLICAÇÃO – coloração + materiais para fazer texturas e efeitos

FINALIZAÇÃO – removedores, produtos para limpeza...

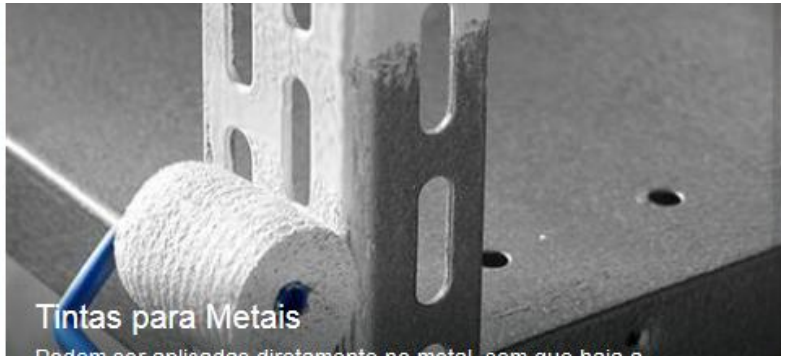
2. Segmento

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

3. Uso – interno ou externo

4. Tipo: parede interna, azulejo, piso, gesso, drywall, teto, madeira interna, portas e janelas, metais, usos específicos e rejunte



CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

5. Tipo: acrílica, Latex... em alguns casos embalagem

6. Marca ou Acabamento: fosco, acetinado, semibrilho, fosco aveludado

7. Linha

8. Categoria : Premium, Standard, Econômica / Embalagem

PLANOGRAMA

2º. Mapear modulares e produtos

Fotos / Imagens

Tamanhos: altura, largura, profundidade

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

PLANOGRAMA

3º. Calcular o facing (ponderar volume, valor, margem) e comparar com espaço atual...

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

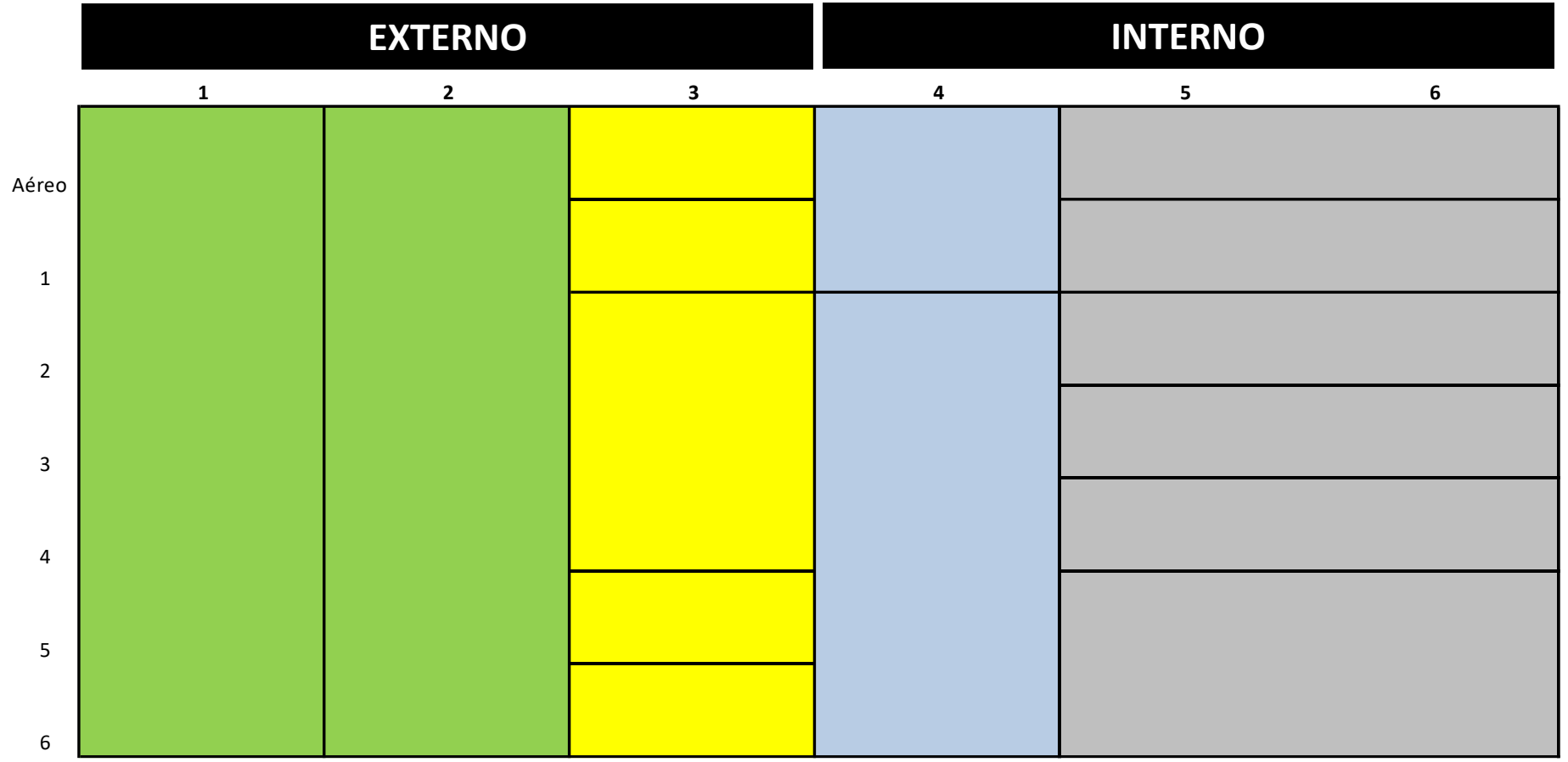
PLANOGRAMA

		VENDAS PONDERADAS	ESPAÇO %
PREPARO	**LIXAS**	13,0%	1,9
PREPARO	**IMPERMEABILIZANTES**	5,1%	10,5
PREPARO	**ADERENTES**	3,2%	3,3
PREPARO	**ESPATULAS**	0,6%	0,5
APLICAÇAO	**ROLOS**	4,2%	5,9
APLICAÇAO	**TRINCHAS E PINCEIS**	2,3%	1,8
APLICAÇAO	**FITAS**	1,7%	1,9
FINALIZAÇAO	**BLOCOS DE ESPUMA**	0,1%	0,2
FINALIZAÇAO	**ESCOVAS PARA PINTURA**	0,1%	0,1
FINALIZAÇAO	**ESPONJAS**	0,1%	0,1
FINALIZAÇAO	**REMOVEDORES E SOLVENTES**	2,5%	1,6

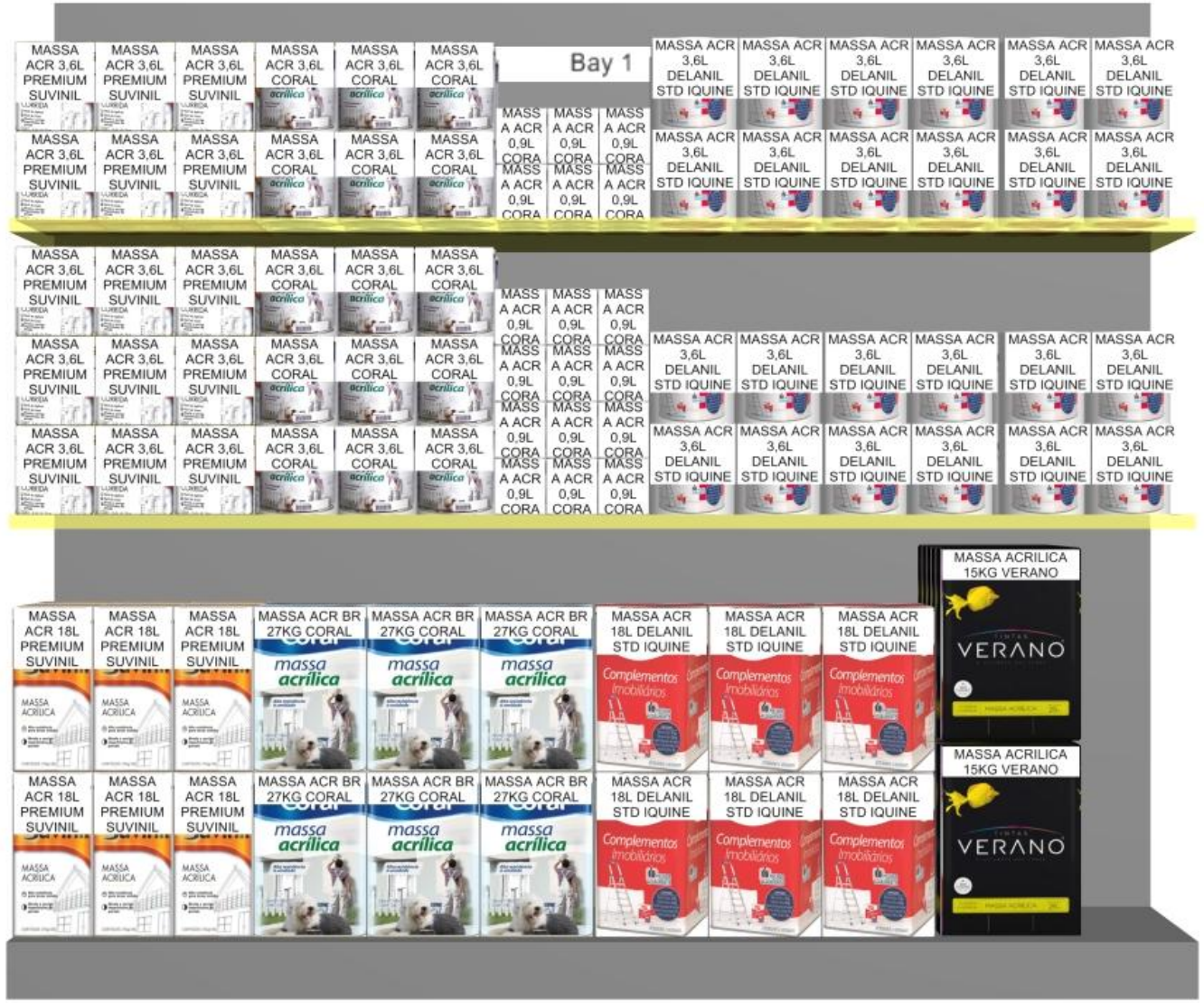
CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

PLANOGRAMA REFERENCIAL



PLANOGRAMA QUANTITATIVO



CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

PASSO A PASSO

1. **Definição** coerente da categoria (o que é, quais SKU´s a compõe);
2. **Análise de indicadores** internos: vendas em valor, volume, margem, giro, rentabilidade por metro linear, vendas por metro linear, ruptura, cupons, abastecimento, etc;
3. **Análise do mercado e da concorrência**;
4. **Comportamento de compra** do Shopper;
5. **Hierarquia de decisão** (árvore de decisão) e momento de uso e consumo;

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

PASSO A PASSO

6. **Papel da categoria** (rotina, destino, conveniência, sazonal) e respectiva cobertura que você varejista quer e pode dar à categoria;

7. **Estratégia da categoria**;

8. **Estratégia de precificação** (produtos e marcas);

9. Mapeamento dos modulares e produtos (item a item) – altura, largura e profundidade;

PASSO A PASSO

10. **Cálculo do espaço adequado: venda ponderada x espaço ocupado (facing);**

11. **Construção e validação do racional** de exposição (planograma referencial)

12. **Construir o planograma quantitativo –** neste caso é necessário fotos e medidas de cada sku;

PASSO A PASSO

13. Seguir a distribuição dos produtos e as decisões táticas de localização e exposição baseadas nas análises estruturadas (lembrando de questões estratégicas);

14. **Use e abuse das tecnologias** existentes, hoje muito mais acessíveis.

COMO DECIDIR O COMO?

Seguir a distribuição dos produtos e as decisões táticas de localização e exposição baseadas nas análises estruturadas (lembrando de questões estratégicas);

EXEMPLOS:

SE QUERO GERAR VALOR... NECESSÁRIO QUE SE INICIE POR ITENS DE ALTO VALOR AGREGADO

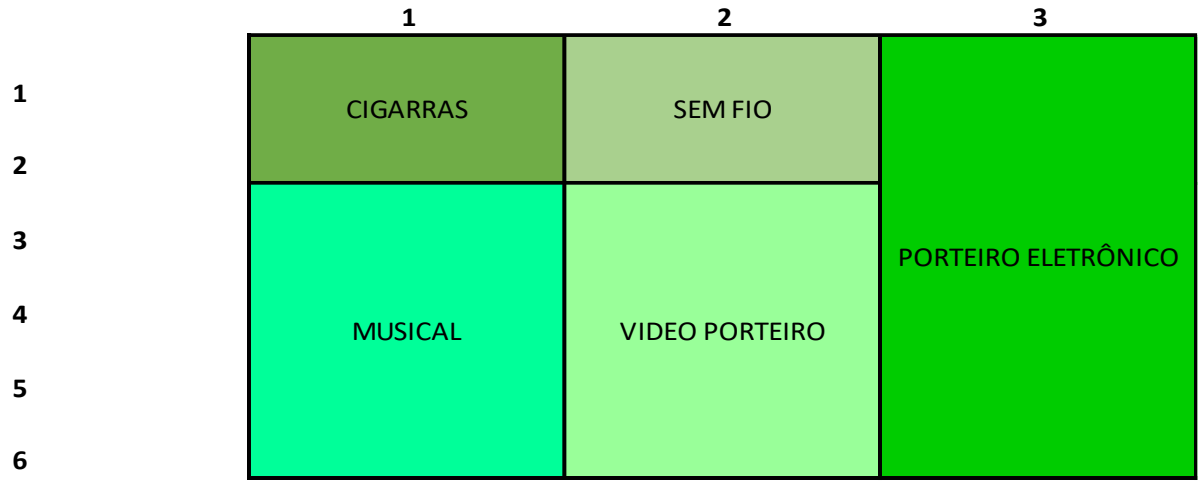
SE QUERO AGREGAR MARGEM .... NECESSÁRIO QUE SE INICIE POR ITENS COM ALTAS MARGENS.....

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

EXEMPLOS – PLANOGRAMA REFERENCIAL

Campainhas



EXEMPLOS – PLANOGRAMA QUANTITATIVO

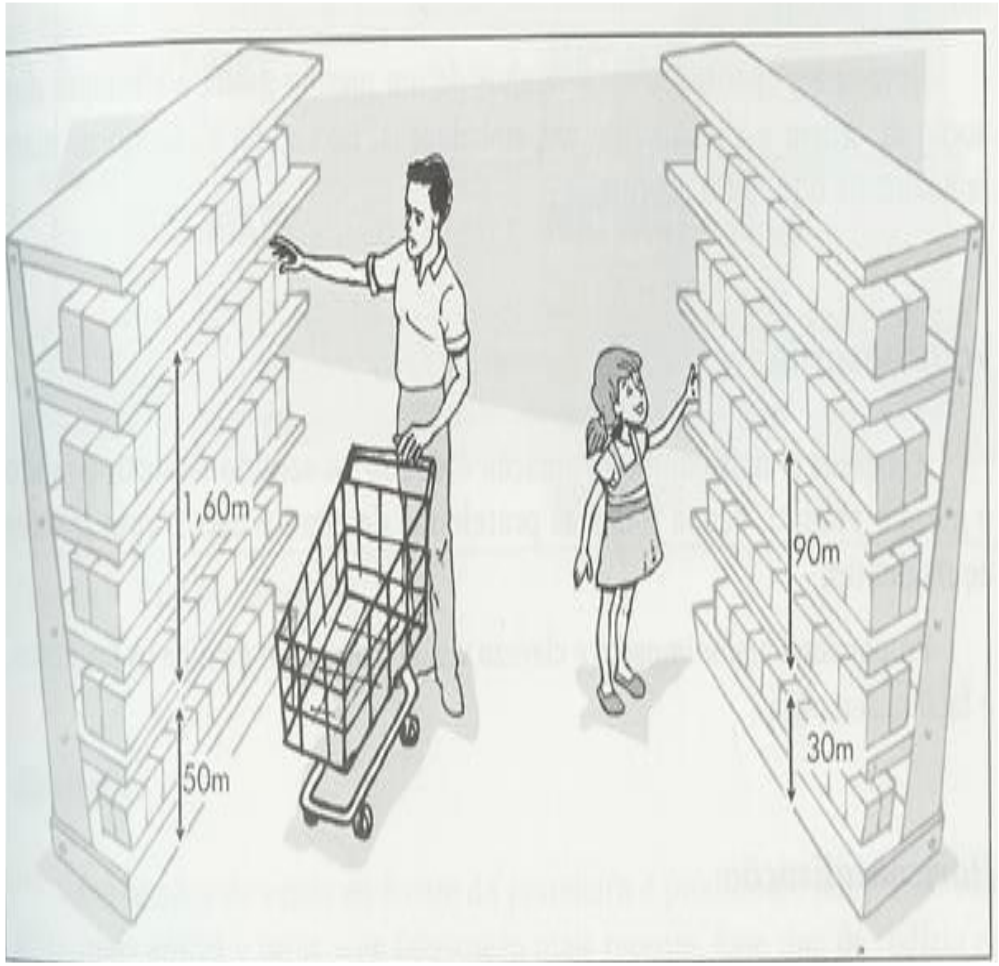
ETQ	EAN	Descrição do Produto	Frentes	Emp	Prof
Prateleira	M1/P1				
1	7891150000971	AMACIANTE COMFORT CONC 500ML, ORIGINAL	6	1	6
2	7891150010604	AMACIANTE COMFORT CONC RF 500ML	3	1	6
3	7891150039001	AMACIANTE COMFORT CONC 500ML,PURO CUID	2	1	6
4	78911500025295	AMACIANTE OL ESS CONC 500ML, HARMONY	2	1	6
5	78911500025288	AMACIANTE COMFORT CONC 500ML,ENERGY	3	1	6
Prateleira	M1/P2				
1	7891150000971	AMACIANTE COMFORT CONC 500ML, ORIGINAL	6	1	6
2	7891150010604	AMACIANTE COMFORT CONC RF 500ML	3	1	6
3	7891150039001	AMACIANTE COMFORT CONC 500ML,PURO CUID	2	1	6
4	78911500025295	AMACIANTE OL ESS CONC 500ML, HARMONY	2	1	6
5	78911500025288	AMACIANTE COMFORT CONC 500ML,ENERGY	3	1	6
Prateleira	M1/P3				
1	7891150037229	AMACIANTE COMFORT CONC 1,9L, ORIGINAL	4	1	4
2	7891150042070	AMACIANTE COMFORT CONC 1,9L, ROMANCE	2	1	4
3	7891150042124	AMACIANTE COMFORT CONC 1L, ROMANCE	2	1	5
4	7891150042117	AMACIANTE COMFORT CONC 1L, ENERGY	2	1	5
Prateleira	M1/P4				
1	7891038106504	AMACIANTE COMFORT 2L, CLASSIC	6	1	4
2	7898422744281	AMACIANTE COMFORT 2L, ALOE VERA	4	1	4
Prateleira	M1/P5				
1	7896056401136	AMACIANTE URCA 2L, FLORAL RA	2	1	4
2	7896056401228	AMACIANTE URCA 2L, VERDE	2	1	4
3	7896056401112	AMACIANTE URCA 2L, BRISA AZ	2	1	4
4	7896056401129	AMACIANTE URCA 2L, CARINHO	2	1	4
5	7896056402607	AMACIANTE URCA 2L, BRANCO	2	1	4
Prateleira	M1/P6				
1	7891150041356	AMACIANTE COMFORT DILUIDO 5L ORIGINAL	2	1	2
2	7891150041325	AMACIANTE FOFO CONC 5L, TRADICIONAL	2	1	2
3	7891022100624	AMACIANTE MON BIJOU 5L, PUREZA	3	1	2

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

QUAIS AS ÁREAS MAIS POSITIVAS?

- ✓Parte Central
- ✓Quatro metros depois da entrada da loja
- ✓Ponta da gôndola e Ilhas
- ✓Perto de produto de alta procura
- ✓Prateleira na **altura dos olhos**
- ✓Altura das mãos (**ponto de pega**): 1,20 a 1,60



CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

Vertical?

Horizontal?

Não há certo ou errado
TUDO DEPENDE!!!!

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

VERTICAL

A apresentação vertical visa **agrupar** os produtos de uma **mesma família, uns sobre os outros**, em todas as prateleiras. Dá uma impressão **de ordem e de clareza** e permite **rápida percepção** dos produtos.

Inconveniente: exigir frequentes reabastecimento

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

HORIZONTAL

Consiste em colocar uma **família de produtos diferente por cada nível de linear**. Neste caso, **pode gerar má visibilidade** de algumas sub-famílias, e **obrigar o cliente a voltar** atrás para procurar outra família de produtos, exposta em outra prateleira, o que raramente acontece, perdendo-se assim vendas.

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

Mas lembre-se

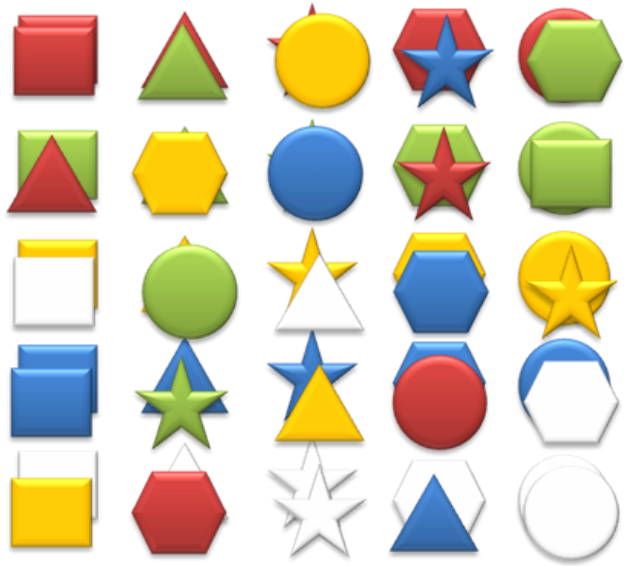
Temos como habito de leitura, o movimento da esquerda para a direita e de cima para a baixo.

Portanto, a arrumação dos produtos deve seguir o movimento natural dos olhos

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

ATIVIDADE



CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

VISÃO 360º. DO SHOPPER

Marketing + Trade integrados

CONNECT shopper

E qual o grande desafio nesta etapa?

MANUTENÇÃO

Garantir a manutenção do planograma

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

APRENDIZADOS DESTA ETAPA

"Nós somos o que repetidamente fazemos. **Excelência** não é um ato, mas sim um **hábito**"

Aristóteles

CONSTRUSETE
Construindo Relacionamento

CONNECT shopper
CONECTANDO DECISÕES

OBRIGADA!
FÁTIMA.MERLIN@CONNECT.SHOPPER.COM.BR
11 99160-7153