

MARÇO · ABRIL | 2020

SUPER

NEGÓCIOS

O MERCADO EM REVISTA

 ASSERJ

SRE **SUPER RIO EXPOFOOD**



Convenção 2020
abras
Brasil

ALÉM DO FOOD

O GRANDE
MOMENTO
DO SETOR
ALIMENTÍCIO

32ª EDIÇÃO | 16, 17 E 18 DE
SEGUNDA, TERÇA E QUARTA

Mais informações no site e nas redes sociais da SRE Trade Show!

**ESTE EVENTO
FOI ADIADO
DEVIDO AO
CORONAVÍRUS.
(COVID-19)**

AS NOVAS DATAS
CONFIRMADAS SÃO
26, 27 E 28
DE OUTUBRO.

www.sretradeshow.com.br

EDIÇÃO ESPECIAL

MOMENTO MAIS DOCE DO ANO

A venda de chocolates em suas diversas formas tende a crescer na época de Páscoa, mas é essencial trabalhar o mix e o layout correto da sua loja para aumentar o ticket médio

A Páscoa é uma ótima oportunidade para o varejo supermercadista aumentar as vendas. O público busca diversos produtos, seja para agradar as crianças ou para presentear um familiar ou amigo.

No ano passado, por exemplo, as vendas anteriores à semana de Páscoa cresceram 1,29% em relação a 2018, de acordo com um levantamento da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil).





“Sobre o faturamento, manteremos a meta de aumentar em aproximadamente 10% o resultado conquistado na temporada passada, valor que estimamos chegar em R\$ 50 milhões de reais”

Anderson Freire - gerente nacional de Marketing da Arcor Brasil

Este ano, o Domingo de Páscoa será comemorado no dia 12 de abril e, se trabalhado de maneira correta, pode alavancar os números do primeiro semestre. De acordo com o gerente nacional de Marketing da Arcor Brasil, Anderson Freire, como será em abril, as pessoas terão mais tempo para se planejar para as compras de ovos e chocolates.

“Prevemos um crescimento [na empresa] de 5% em unidades de ovos de chocolate nos pontos de venda, número que deve atingir mais de 3,5 milhões de unidades. Sobre o faturamento, manteremos a meta de aumentar em aproximadamente 10% o resultado conquistado na temporada passada, valor que estimamos chegar em R\$ 50 milhões de reais. Para que isso ocorra, vamos manter a estratégia de oferecer um portfólio atrativo, que atenda a toda a família, sempre pensando na relação de custo-benefício para o consumidor no ponto de venda”, revela o executivo.

Não é novidade que os chocolates são os itens mais buscados pelo consumidor nessa época do ano, mas é uma tendência que o *shopper* escolha os produtos mais diferenciados e personalizados da gôndola. Indústria e varejo precisam garantir experiências inesquecíveis para clientes cada vez mais exigentes.

A consultora de Varejo Alice Amigo aconselha a aposta em formatos diferentes de chocolates, com brindes e inovações, que podem ajudar a movimentar as vendas no período.

NOVOS SABORES PARA A PÁSCOA EM 2020



Os sabores diferenciados podem também ser uma grande tendência para a Páscoa em 2020. Por isso, a indústria oferece novas opções que vão muito além do tradicional chocolate ao leite.

É importante, também, pensar no custo-benefício para o consumidor, oferecendo itens para todos os públicos.

No caso da Arcor, eles oferecem ovos de Páscoa com maior valor agregado, como os de diferentes sabores; ovos mais indulgentes, como de doce de leite; e ovos com diferenciais, como zero lactose.

Além disso, é essencial ter na loja os ovos de Páscoa com licenças reconhecidas – principalmente para as crianças –, como os de personagens de desenhos animados, unicórnios, dinossauros, jogos e até de pessoas famosas, como *YouTubers* e influenciadores digitais.

“O consumidor tem procurado produtos e ovos de Páscoa que sejam atrativos, buscam sempre por novidades, e que sejam funcionais. Por esse motivo, nos preocupamos em atualizar nosso portfólio sempre pensando em atender a diversos públicos e à família inteira”, comenta Freire.



“Para alavancar a compra por impulso, é importante buscar exposições diferenciadas nos corredores da loja. Apostar em ilhas e pontas de gôndola ambientadas ajuda a chamar a atenção do *shopper*”

Alice Amigo – consultora de Varejo

Para que as vendas sejam um sucesso, é necessário pensar na organização do espaço.

“A exposição no espaço aéreo ajuda a ambientar a loja e trazer o clima da Páscoa para o PDV. Mas para alavancar a compra por impulso, é importante buscar exposições diferenciadas nos corredores do estabelecimento. Apostar em ilhas e pontas de gôndola ambientadas ajuda a chamar a atenção do *shopper* e acelerar as vendas. O *check out* também é sempre uma área quente na loja, e deve ser explorada”, finaliza Alice.

AÇÕES QUE ENGAJAM

O aumento das vendas depende diretamente da exposição correta dos produtos, além de promoções. A consultora de Varejo, Alice Amigo, dá algumas dicas:

- Priorizar a exposição de itens sazonais de maior valor agregado em exposições que estimulem a compra por impulso, como ilhas, *check out* e pontas de gôndola;
- Fazer promoções “Leve Mais – Pague Menos” também pode estimular a compra de mais itens na cesta de compras.



**CRESCIMENTO
[NA EMPRESA] DE
5%
EM UNIDADES
DE OVOS DE
CHOCOLATE
NOS PONTOS
DE VENDA***

*Anderson Freire – gerente nacional de Marketing da Arcor Brasil