



DANONE
ONE PLANET. ONE HEALTH

IOGURTES

TOOL KIT PDV



PREPARAMOS ESSE GUIA ESPECIAL DA DANONE PARA VOCÊ

Tudo simples para ajudar sua loja a **aumentar vendas, diminuir as perdas e organizar a g**



Para isso, organizamos o planejamento em seis etapas:

1. ENTENDER A
CATEGORIA



2. CONHECER
QUEM COMPRA



3. GARANTIR O
SORTIMENTO



4. GERENCIAR
SEU ESPAÇO



5. IMPLEMENTAR
SUA ESTRATÉGIA



6. MONITORAR
RESULTADOS





ENTENDE A CATEGOR

AFINAL, O QUE É O IOGURTE?



Entenda os diferentes **formatos e composições**:



IOGURTE

fermentação por um grupo de bactérias



BEBIDA LÁCTEA

pode ser fermentado ou não, obrigatório soro do leite



LEITE FERMENTADO

fermentação por microorganismos específicos



PETIT SUIS

queijo fresco, maturado e alta umidade





A tabela a seguir irá te ajudar **a classificar o seu mix de produtos** no sistema de sua rede

 DIVIDIDOS POR **MOMENTOS DE CONSUMO**, SEGMENTOS E FORMATOS DE PRODUTOS

 SIMPLES E NATURAL	Zero lactose	G
	Natural	G
	Light	Bc
PERFORMANCE	Proteína	Sc
 VOCÊ EM EQUILÍBRIO	Probióticos	 INDIVIDUAL OU FAMILIAR
	Fermentados	
 NUTRIÇÃO E DIVERSÃO	Mundo infantil	Pc
	Líquidos e polpas	Pc
 PARA FAMÍLIA	Gregos	Pc
	Sobremesa	C
 SABORES IRRESISTÍVEIS		

CONHECER QUEM COMPRA



SABEMOS QUE O CONSUMIDOR ADORA IOGURTE

PORÉM NÃO PLANEJA SUA COMPRA

1. **Mais da metade** dos clientes decidem o que comprar no PDV
2. Poucos costumam entrar no corredor (26%), mas quando acham o que procuram **a probabilidade de realizar a compra é alta** (69% de conversão)

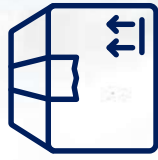
QUEM COMPRA

-  Mulher  Compra sozinha
-  Classe AB  Criança em casa
-  35-45 anos



Esse cliente escolhe o produto geralmente a hora, em frente à gôndola - **baseado em algumas prioridades**:

- **Quem irá consumir o produto:** Família, Crianças, Eu
- **Momento de consumo:** Café, Lanche, Snack, Funcional
- **Restrição/Composição do produto:** Zero Lactose, Light, F
- **Tipo De Produto:** Polpa, Natural, Leite Fermentado
- **Embalagem:** Garrafão, Garrafinha, Bandeja, Individual
- **Sabor:** Frutas, Chocolate, Natural
- **Marca:** Preferida, Premium, Popular



GARANTEE O SORTIMENTO ID

PARA GARANTIR QUE O SEU CLIENTE SEMPRE ACHE AQUELES PRODUTOS QUE ELE GOSTA E CONSUME,

além de novidades e promoções, é importante entender o **SORTIMENTO** como uma ferramenta estratégica de vendas e satisfação do consumidor.



VOCÊ VAI GARANTIR O SORTIMENTO IDEAL NA SUA LOJA SE:



Fizer **revisões** a cada 3 ou 6 meses



Ficar atento às **particularidades** da sua região e do seu público. (Clusterizar)



Pensar no **tamanho** e **espaço** da sua loja



Fornecer espaços pré-definidos para cada **fornecedor**



Calcular **margem** e **lucratividade** dos produtos nas escolhas do portfólio



ALÉM DISSO, É IMPORTANTE LEMBRAR DE:



Reservar espaço para **novidades**, **lançamentos** e **novos produtos**



Acompanhar se nos **3 primeiros meses** novos cadastros estão performando



Substituir um produto antigo a cada novo cadastro para **garantir equilíbrio**



Cadastrar cada produto no **segmento** **correto**

PARA GARANTIR MAIS

RENTABILIDADE NA SUA GÔNDOLA

NÃO DEIXE DE:



Equilibrar a quantidade de marcas com **custos**



Cuidado com promoções constantes pois o cliente perde referência do preço normal



Deixar em destaque **itens com valor agregado** e novidades



Um bom sortimento garante menos ruptura, evita perdas e maximiza seu faturamento.

Dessa forma, você valoriza as marcas de maior margem e rentabilidade.



Para realizar sua revisão de sortimento acesse gcat.danone.com.br

GERENCIAR SEU ESPAÇO



APÓS ESSE PLANEJAMENTO, É HORA DE ORGANIZAR A SUA GÔNDOLA

-  • Se tiver **a partir de 5 módulos**, use a segmentação abaixo como **estratégia**

*Espaços ilustrativos: a ser adaptado de acordo com regiões e perfis

SIMPLES E NATURAL			PERFORMANCE	VOCÊ EM EQUILÍBRIO		NUTRIÇÃO E DIVERSÃO		PARA A FAMÍLIA				
Origem Vegetal	Zero Lactose	Natural	Light	Proteína	Probióticos	Fermentado adulto + Kefir	Imunidade	Fermentado Infantil	Saudáveis	Petit Lít. Polpas	Líquidos	Polpas

Layout iniciando o fluxo com segmentos tendências (saudáveis) para gerar **atratividade** e finalização com segmentos de alto giro para influenciar a **visitação do corredor inteiro**.

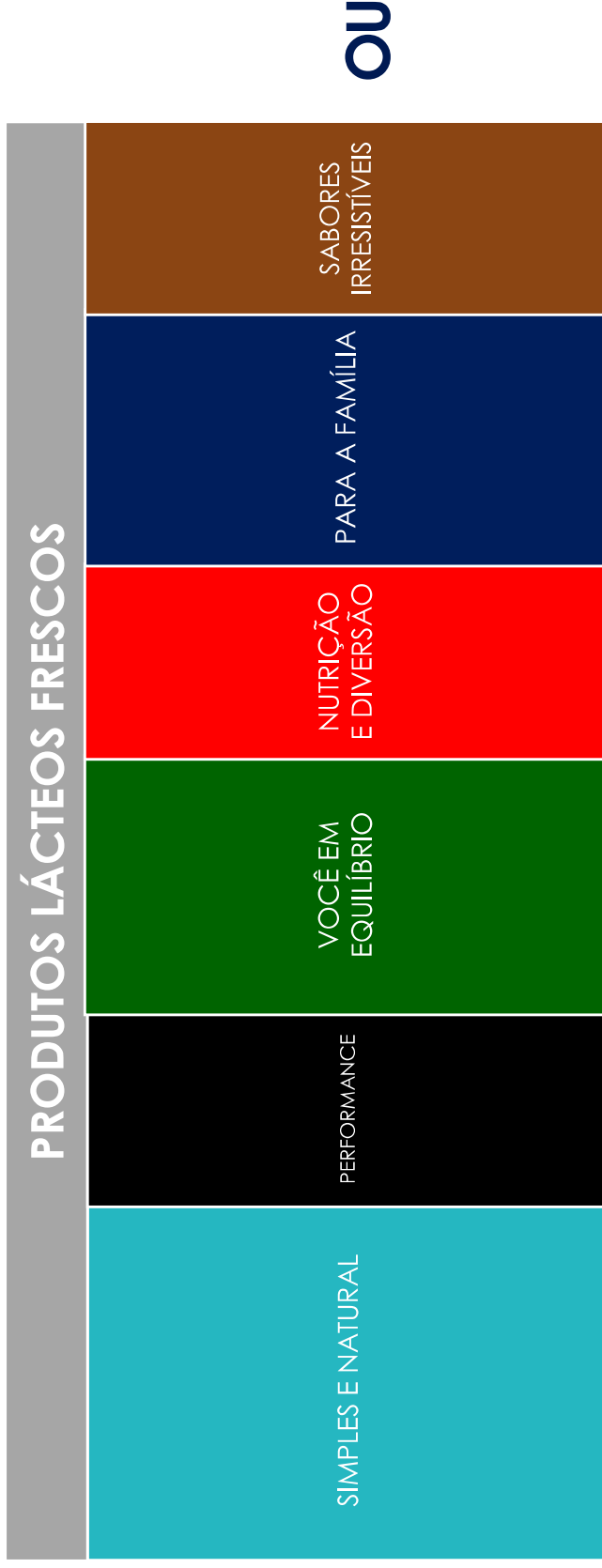
- **13 Segmentos diferentes** (Origem Vegetal e Imunidade opcionais)
- Organizar do **mais saudável para o menos saudável**

ATÉ 4.5 MÓDULOS

Para racionalizar o layout, é importante definir a organização por fabricante ou por segmento

Ocasões de consumo

Fabricante



- Ordenar do fabricante **mais caro** para o **mais barato**

- Ordenar do fabricante **mais caro**

Layout iniciando o fluxo com segmentos mais **rentáveis** (gerando **lucratividade** para a gôndola), finalizando segmentos de alto giro para influenciar a **visitação do corredor inteiro**.

SAIBA GERENCIAR A

MELHOR ÁREA

DO CORREDOR E GÔNDOLA



A **área mais visível** é a que gira mais

O **início e meio** da gôndola é onde tem o **maior tráfego**



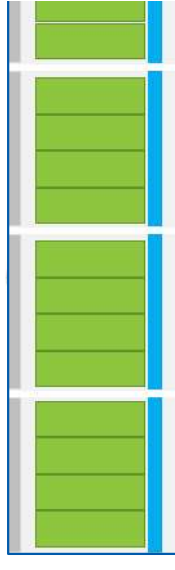
O **área mais visível** de iogurtes é **altura dos olhos** e **na bacia**



A maioria dos clientes percorre o corredor completo.

Fluxo de tráfego do cli

90% 100% 90% 7



*É nessa área onde você deve colocar as principais marcas da categoria. Priorize deixar produtos de maior valor agregado e rentabilidade nesse espaço!



Para organizar sua gôndola evidencie principais espaços, **acesse: gcat.dan**

O POSICIONAMENTO IDEAL

GARANTE VISIBILIDADE

AO CONSUMIDOR E LUCRATIVIDADE PARA A LOJA

Reserve de 12 a 15 cm de espaço para cada produto



Arrume por blocagem, evitando as tripas de produtos



Agrupe **marcas, famílias** e produtos similares



LEMBRE-SE SEMPRE



Não deixe sabores similares próximos, assim evita



A ordem de exposição dos **produtos** mais baratos para os mais baratos



Organize por **cores** e produtos similares

para organizar sua gôndola acesse:

gcat.danone.com.br



IMPLEMENTAR SUA ESTRATÉGIA



APÓS DESENHAR O SEU PLANOGRAMA

faça um cronograma de datas com auxílio dos promotores para garantir uma virada de PDV com tranquilidade

Algumas datas são mais complexas – evite:

- Início e final do mês
- Sextas-feiras, finais de semana e feriados
- Dias de inventário



FAÇA A VIRADA ANTES DE ABRIR A LOJA

ou então logo no começo do dia.

- No dia anterior **não abasteça** a gôndola, **apenas frenteie**
- **Aproveite para higienizar** as gôndolas usando **sempre os EPI's**
- Em caso de ruptura, substitua por um produto do mesmo segmento
- Garanta o **abastecimento** para o dia
- Certifique que sua equipe está pronta e avisada da tarefa com antecedência
- Os materiais de **ambientação são essenciais** para **ajudar o cliente** a se achar



DICAS CHAVES PARA SEU PDV SER AINDA MAIS LUCRATIVO E ATRAENTE

Sucos

- L.Fermentado
- Light
- Líquidos/Smoothies

- Espaço
- Termina
- Ponto N

Terminal

* Priorizar inovações e segmentos tendência

Padaria

*Itens indulgentes e café da manhã

- Sobremesas
- Gregos
- Naturais

MAPA DO

Demosis es
loja onde o
pode ser

Margal

- Mund
- Famili

Produtos Lácteos Frescos

FLV

*Itens individuais

- Leite Fermentado
- Light
- Funcional
- Proteicos

Che

- *Iten
- Le
- So
- Pr

Material

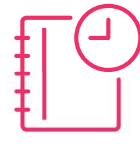
- **Dominar a dinâmica** da loja: giro e estoque
- Estoque virtual: **dar baixa** semanalmente
- **Ajustar pedido:** de acordo com as vendas, com diferenciação de sku (nível sabor)
- **Colocar pedido:** sempre na data correta
- **Organizar loja** com data de **validade correta:** o que entra primeiro, sai primeiro

MONITORAR RESULTADOS



AGORA QUE SUA GÔNDOLA ESTÁ ORGANIZADA E DESTACADA,

como monitorar os resultados e a efetividade?



Deixe um tempo para o cliente se acostumar.
Em geral são 3 meses



Após esse tempo o aumento do faturamento pode chegar a 100%

AO PRIORIZAR AS ESCOLHAS DO CLIENTE GARANTIMOS UMA MELHOR EXPERIÊNCIA

Quanto mais satisfeito, maior a fidelização e a repetição de compra no seu estabelecimento!



Posicionamento por ocasião de consumo destaca as novidades e aumenta o interesse do consumidor

*Garanta que seu planograma está sendo seguido à risca na sua loja, acompanhando o dia a dia e mapeando alterações e correções. Compare os resultados com o CRM (ticket médio, mix de segmentos, etc)

BARREIRAS E ALAVANCAS PARA O CRESCIMENTO

Mesmo com sua **gôndola organizada** e atrativa, ainda os **produtos** de **destacar** **problemas**:



Alavancas

- Funcionalidades
- Ocasão de consumo
- Preço/promoção
- Execução gerenciada
- Conversão alta



Barreiras

- Data de validade
- Ruptura
- Desorganização
- Má Visibilidade
- Preço errado

Um dos **principais benefícios** de seguir uma estratégia de PDV bem executada é evitar as perdas – tão nocivas à lucratividade.

Para isso, ter o **pedido na hora certa** e na quantidade adequada são fundamentais.



7 dias



14 dias



+3 semanas
consumo



7 dias



25 dias



menos de 2
semanas para
consumo





Contato:

Portal gc.danone.com.br

Email: gc@danone.com

