

GUIA RÁPIDO EXPOSIÇÃO DE DOCES NAS VITRINES

BRA-GR-EXP-REF-00

A&B 2023

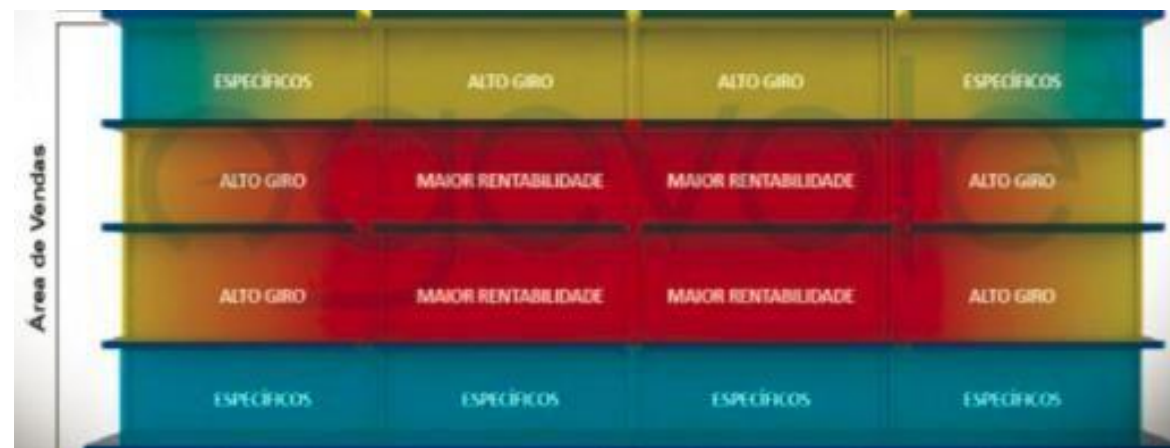
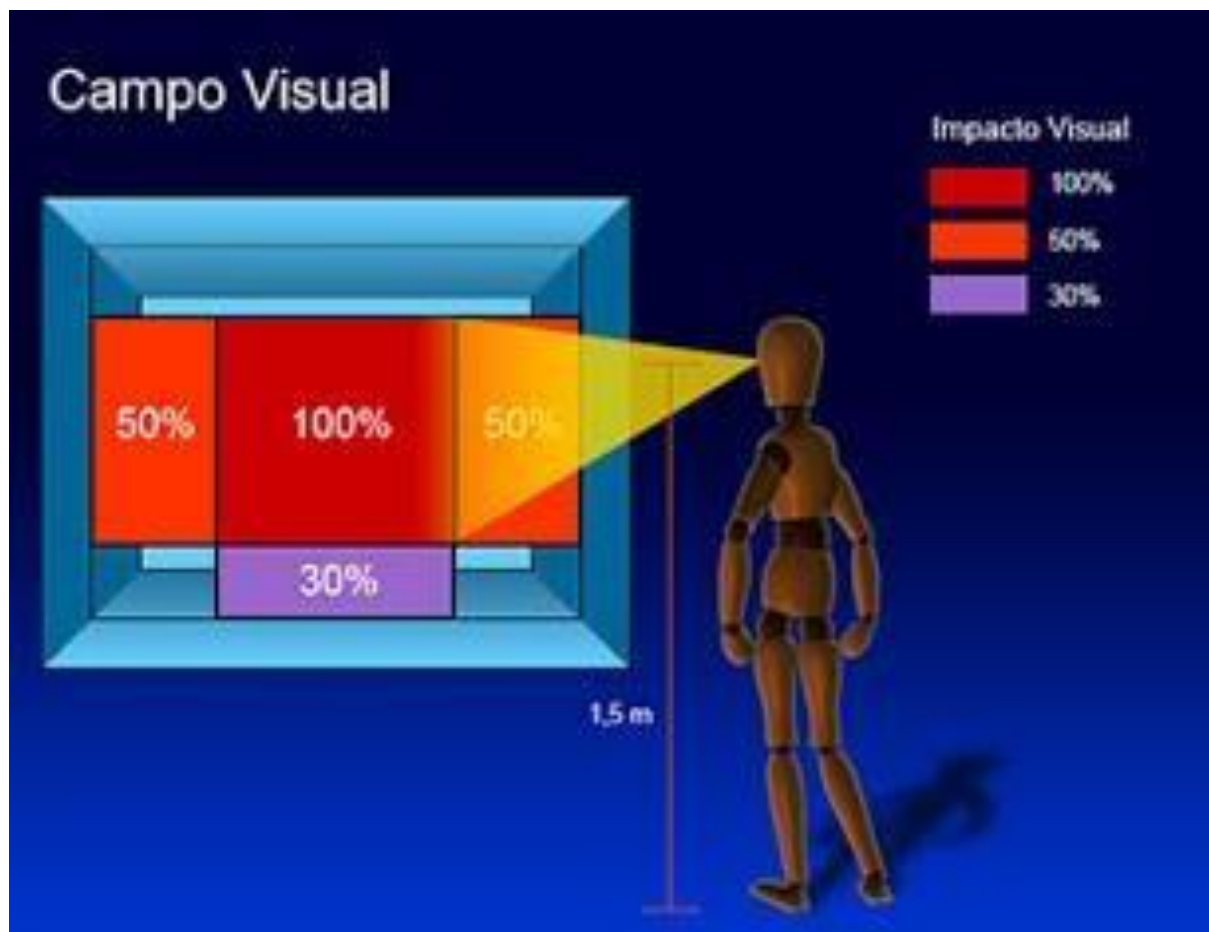
cinépolis

Cláusula de confidencialidade

Este documento e seus anexos contêm informações estratégica de negócios, assuntos comerciais e *know-how* geral de Carbondale, S.L. Co. ("Scanton US" ou "Carbondale"), e compilaram para o uso exclusivo de subsidiárias do grupo com o objetivo de garantir e aumentar a rentabilidade e o benefício do grupo no longo prazo. O conteúdo deste documento e seus anexos é, portanto, estritamente confidencial e para uso exclusivo de seus destinatários.

Este documento e seus anexos são "Informações Confidenciais" (econômico, financeiro, técnico, comercial e/ou estratégico), fornecido em qualquer forma (oral, escrita ou qualquer tipo de apoio) e a qualquer momento, antes ou depois da data deste documento ou seus anexos que não está disponível ao público Carbondale, empresa do seu grupo ou qualquer pessoa a ele vinculada incluindo sem limitação: informações científicas, técnicas ou arquitetônicas; informações sobre o negócio atual ou futuro, experiência de negócios e planos de marketing, incluindo mas não limitado a termos contratuais financeiras ou informações e dados dos clientes; desenhos, amostras, programas de computador e software; custos e informações sobre preços; e identificação pessoal ou outros recursos para possível uso comercial. Em particular, toda a documentação e informação será confidencial: (i) marcada como tal; (ii) identificado por Carbondale ou seu pessoal, por escrito ou verbalmente, como informação confidencial; (iii) que tenha valor comercial; (iv) que geralmente não é conhecido no mercado ou na indústria; ou (v) que, pela sua natureza ou pelas circunstâncias em que a divulgação ocorre, deve, de boa fé, ser estimado como tal.

Os destinatários deste documento e seus anexos comprometem-se a tratar e manter as informações confidenciais sempre como secretas e confidenciais e não deve comunicar ou divulgar direta ou indiretamente (oralmente ou por escrito) a qualquer outra pessoa física ou jurídica (com a única exceção daqueles funcionários da Carbondale que têm a necessidade de conhecer essas informações para a prestação de seus serviços) sem aprovação prévia por escrito da Carbondale. A divulgação, distribuição, transmissão eletrônica ou cópia das informações confidenciais é estritamente proibida. Os destinatários deste documento e seus anexos concordam em não duplicar, distribuir ou divulgar seu conteúdo por qualquer meio.



NOTA: Dados extraídos pela internet. Sites que abordam o método de exposição de produtos e bebidas sob o ponto de vista do MKT:

<http://www.agevole.com.br/2016/05/estrategias-para-pdv-ponto-de-venda>

<http://www.aeiscap.com/wp-content/uploads/2014/01/resumos-marketing-distribui%C3%A7%C3%A3o.pdf>

<https://pt.slideshare.net/lililovelilica/planejamento-de-midia-apostila>

<http://www.pridecommerce.com/2012/07/dicas-de-marketing-exposicao-de.html>

ILUSTRAÇÃO

Método de venda Linear
Modelo 1 de vitrine



Zona quente:
1º) Considerar os doces de maior rentabilidade: Balas Fini, M&Ms e mentos.

Zona mediana:
2º) Considerar os doces de rentabilidade mediana: Batom, Bombom Ouro Branco, Bombom Sonho de Valsa, Lancy e Fruitella .

Zona fria:
3º) Considerar os doces de menor rentabilidade: Laca, Prestigio e Disqueti.

Zona exposição de combos:
4º) Considerar Combo Temático.
*(Mas apenas para esse Combo houver)

Zona de exposição

NOTAS:

- Na ausência de um tipo de doce, substituir por um outro da mesma categoria (zona de exposição).
- Retirar a última prateleira em acrílico para acomodar os combos com produtos não perecíveis.
- Na ausência da divulgação de combos temáticos, colocar de volta prateleira em acrílico. NÃO EXPOR DENTRO DA VITRINE NENHUMA AS EMBALEGEM. EXEMPLO; COPOS, EMBALAGENS DE PIPOCA ETC.

ILUSTRAÇÃO

**Método de venda Linear
Modelo 2 de vitrine**



Zona quente:
1º) Considerar os doces de maior rentabilidade: Balas Fini, M&Ms e mentos.

Zona mediana:
2º) Considerar os doces de rentabilidade mediana: Batom, Bombom Ouro Branco, Bombom Sonho de Valsa, Lancy e Fruitella .

Zona fria:
3º) Considerar os doces de menor rentabilidade: Laka, Prestigio e Disqueti.

Zona exposição de combos:
4º) Considerar Combo Temático.

NOTAS:

- Na ausência de um tipo de doce, substituir por um outro da mesma categoria (zona de exposição).
- Retirar a última prateleira em acrílico para acomodar os combos com produtos não perecíveis.
- Na ausência da divulgação de combos temáticos, colocar de volta prateleira em acrílico. NÃO EXPOR DENTRO DA VITRINE NENHUMA AS EMBALAGEM. EXEMPLO; COPOS, EMBALAGENS DE PIPOCA ETC.

ILUSTRAÇÃO

**Método de venda Linear
Modelo 3 de vitrine**



Zona quente:
1º) Considerar os doces de maior rentabilidade: Balas Fini, M&Ms e mentos.

Zona mediana:
2º) Considerar os doces de rentabilidade mediana: Baton, Bombom Ouro Branco, Bombom Sonho de Valsa, Lancy e Fruitella .

Zona fria:
3º) Considerar os doces de menor rentabilidade: Laka, Prestigio e Disqueti.

Zona exposição de combos:
4º) Considerar Combo Temático.

- NOTAS:**
- Na ausência de um tipo de doce, substituir por um outro da mesma categoria (zona de exposição).
 - NÃO EXPOR DENTRO DA VITRINE NENHUMA AS EMBALAGEM. EXEMPLO; COPOS, EMBALAGENS DE PIPOCA ETC.

Método de venda Linear Modelo 4 de vitrine

ILUSTRAÇÃO



Zona quente:

1º) Considerar os doces de maior rentabilidade: Balas Fini, M&M's e mentos.

Zona mediana:

2º) Considerar os doces de rentabilidade mediana: Baton, Bombom Ouro Branco, Bombom Sonho de Valsa, Lancy e Fruitella .

Zona fria:

3º) Considerar os doces de menor rentabilidade: Laka, Prestigio e Disqueti.

Zona exposição de combos:

4º) Considerar Combo Temático.

NOTAS:

- Na ausência de um tipo de doce, substituir por um outro da mesma categoria (zona de exposição).
- NÃO EXPOR DENTRO DA VITRINE NENHUMA EMBALAGEM. EXEMPLO; COPOS, EMBALAGENS DE PIPOCA ETC.

ILUSTRAÇÃO

**Método de venda Linear
Modelo 5 de vitrine**



Zona quente:
1º) Considerar os doces de maior rentabilidade: Balas Fini, M&Ms e mentos.

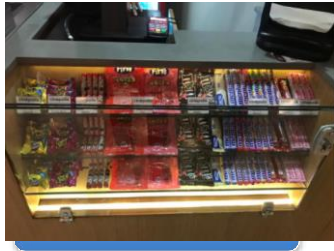
Zona mediana:
2º) Considerar os doces de rentabilidade mediana: Baton, Bombom Ouro Branco, Bombom Sonho de Valsa, Lancy e Fruitella .

Zona fria:
3º) Considerar os doces de menor rentabilidade: Laca, Prestigio e Disqueti.

Zona exposição de combos:
4º) Considerar Combo Temático.

Zona de exposição

- NOTAS:**
- Na ausência de um tipo de doce, substituir por um outro da mesma categoria (zona de exposição).
 - Retirar a última prateleira em acrílico para acomodar os combos com produtos não perecíveis.
 - NÃO EXPOR DENTRO DA VITRINE NENHUMA EMBALEGEM. EXEMPLO; COPOS, EMBALAGENS DE PIPOCA ETC.



Vitrine deve apresentar de maneira
Impecável ao cliente
(limpo e organizado)



Exposição

Expor os doces seguindo
com o rótulo virado para a frente



Estoque

Analisar seu estoque de doces
para não faltar produto.

Considerações Importantes:

- ✓ Não deve haver “buracos” nas vitrines. Devem estar atrativas para o cliente;
- ✓ Atribuir um Cinepolito responsável para manter as vitrines limpas, organizadas e doces dentro da validade;
- ✓ A troca dos doces nas vitrines deve ser realizada sempre que necessário para manter o prazo de validade do produto;
- ✓ A limpeza interna deve ocorrer mensalmente;
- ✓ A limpeza externa deve ser realizada diariamente;
- ✓ Colocar etiqueta com preço em cada doce exposto na vitrine.
- ✓ Importante que a iluminação da vitrine sempre esteja ligada e em caso de problemas acionar área de manutenção.

Tradicional



VIP



NOTA: Todos os cinemas devem adotar a etiqueta de preço demonstrada acima. Inserir em todos os produtos expostos nas vitrines (doces).