

GUIA RÁPIDO EXPOSIÇÃO DE DOCES NAS VITRINES

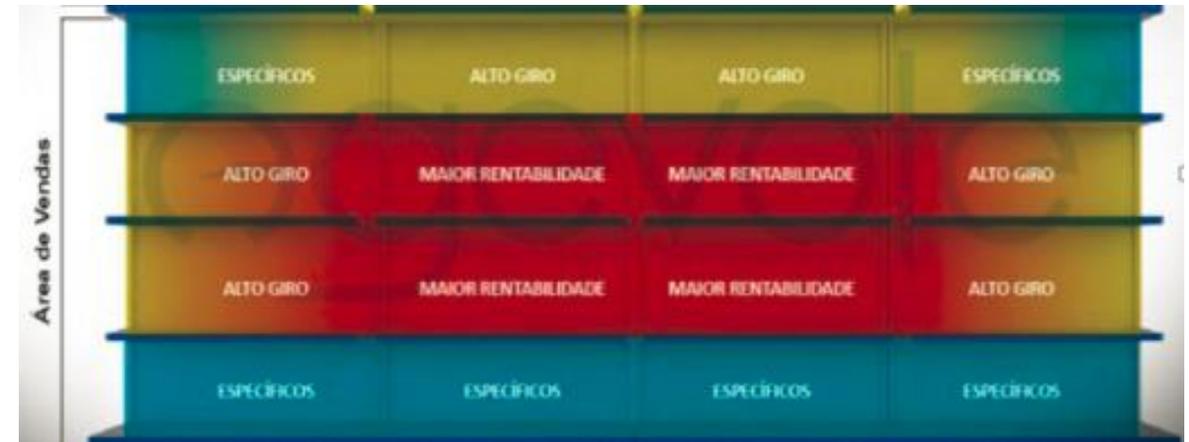
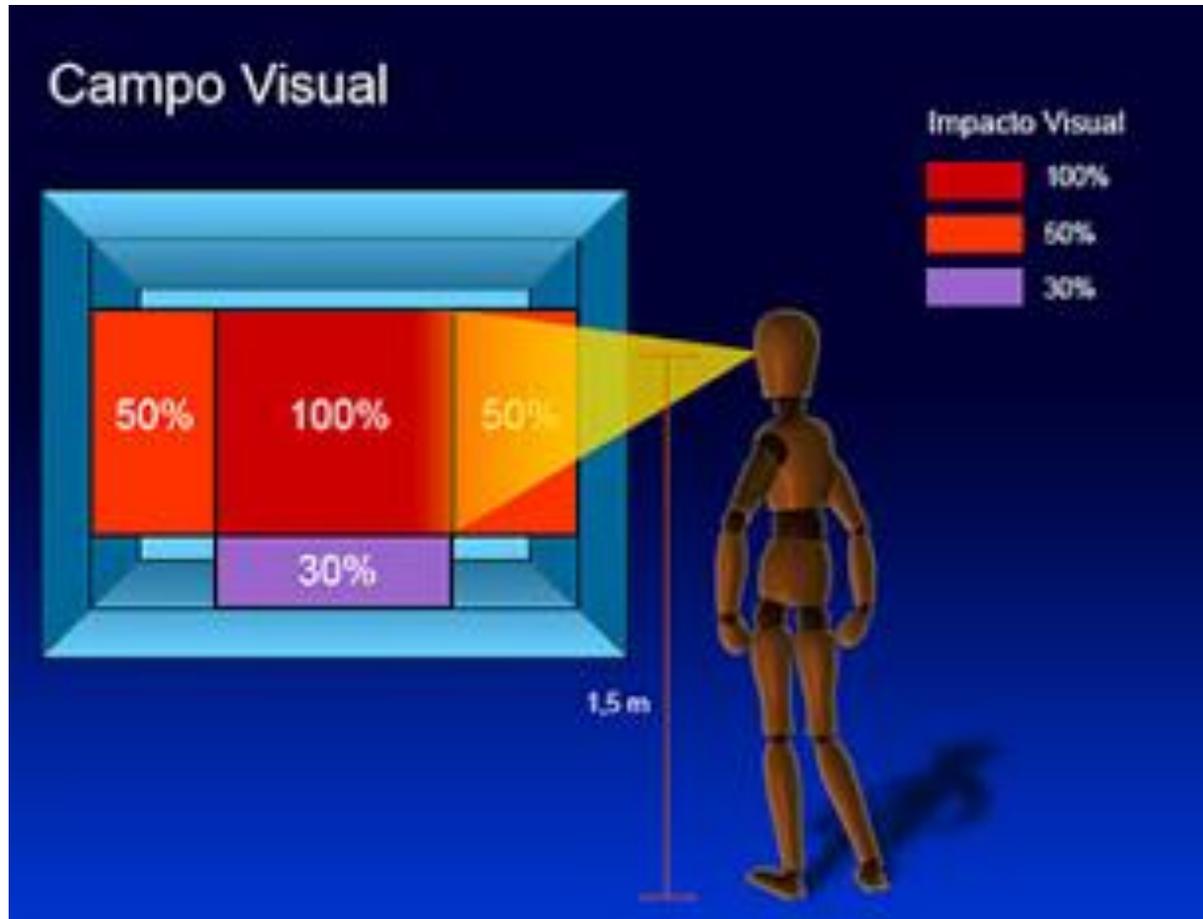
BRA-GR-EXP-REF-00

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:

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

Zona mediana:

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

Zona fria:

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

Zona exposição de combos:

4) 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.
- Na ausência da divulgação de combos temáticos, incluir na zona de exposição combos Cinépolis (Amigos, Fini, Heineken, 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: 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).
- Retirar a última prateleira em acrílico para acomodar os combos com produtos não perecíveis.
- Na ausência da divulgação de combos temáticos, incluir na zona de exposição combos Cinépolis (Amigos, Fini, Heineken, etc).

ILUSTRAÇÃO

Método de venda Linear Modelo 3 de vitrine



Zona quente:

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

Zona mediana:

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

Zona fria:

3°) Considerar os doces de menor rentabilidade: Laca, Prestigio e Disqueti.

Zona exposição de combos:

4°) 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.

Método de venda Linear
Modelo 4 de vitrine

ILUSTRAÇÃO



Zona quente:

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

Zona mediana:

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

Zona fria:

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

Zona exposição de combos:

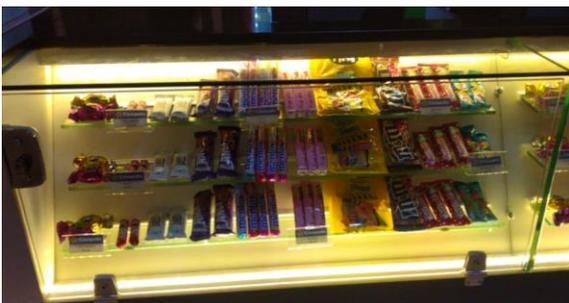
4) Considerar Combo Temático.

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.

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: 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.



Visual

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.

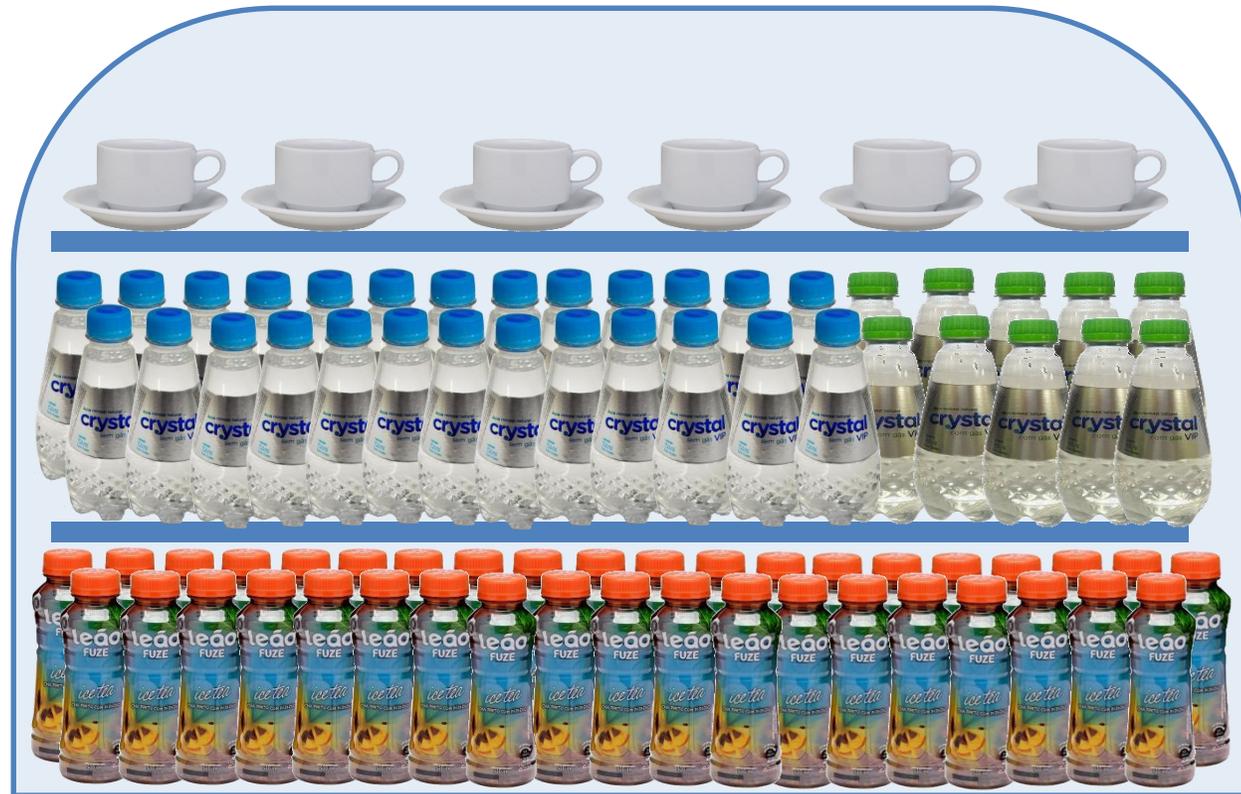
Considerações Importantes:

- ✓ 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.

COFFEE TREE

Expor as bebidas e as xícaras conforme procedimentos e imagem abaixo:

- 1º gondola: Xícaras, pires e cápsulas de café;
- 2º gondola: Água natural (com e sem gás);
- 3º gondola: Chás.



NOTAS:

- Expor as bebidas de maneira que a marca dos produtos fique visível para o cliente.
- Não deve misturar alimentos com bebidas para não haver problema de contaminação cruzada.

Tradicional**VIP**