Técnico em Vendas

Merchandising no PDV

PROFESSOR: FERNANDO GALVÃO

CONTEÚDO: TRADE MARKETING

DATA: 18.10.2018

COMÉRCIO

TRADE

VÍDEO

- Merchandising no Supermercado:

- https://www.youtube.com/watch?v=LBAa3xgystk;

TRADE DO MARKETING

- Trade marketing é a junção de práticas comerciais de sucesso da indústria ao ponto de venda;

- A ideia é identificar oportunidades e melhorar a experiência de consumo além de agregar valor ao ponto de venda;

- Tudo gira em curso do “shopper”, nesse caso os hábitos de consumo é o que define todo planejamento;

TRADE MARKETING

- Deve integrar fabricantes, varejistas e consumidores, com objetivo de impulsionar resultados em todas as etapas da cadeia, da indústria ao ponto de venda;

- As ações vão além de impactar o “shopper” no Pdv, já que inclui canais de vendas digitais;

- Multicanais ampliam a experiência de consumo levando à conversão;

MULTICANAIS

- A limitação apenas aos estímulos no PDV, podem não ser a melhor estratégia num ambiente competitivo;

GLOSSÁRIO

- B Backoffice - Estrutura que engloba a operação de trade marketing em si. É responsável por aspectos operacionais, que incluem a elaboração de campanhas, a definição de objetivos e estruturação de parâmetros e estratégias.

- BI (Business Intelligence) - É a análise de resultados, métricas, dados e a transformação destas informações em indicadores que permitam novas estratégias e tomadas de decisão sobre a operação.

- Broker - Vem da expressão broceur e significa pequeno comerciante. Nos Estados Unidos, onde o conceito ganhou popularidade na década de 80, o broker foi também denominado agente de vendas. Na linguagem do trade, é um braço da indústria