

# Dia da Vovó

**D**ata importante que nos remete a pensar a importância do idoso em nossas vidas, reconhecimento pela sabedoria e experiência, a avó tem significado muito importante para as crianças.

A lembrança de nossos avós nos faz recordar o passado. Sua companhia é uma das melhores coisas da vida! Quem não tem pelo menos uma lembrança muito boa da infância que inclua a vovó? Poder tomar um cafezinho ouvindo suas histórias, os doces, as brincadeiras, o carinho... No dia 26 de julho aproveite para dizer a sua vovó o quanto ela é especial para você. Os avós são considerados pais duas vezes, pelos laços afetivos. Há casos que os avós são o suporte financeiro da família.



## Dicas de Presentes

- Vovó Tradicional**  
 Pijamas e camisolas  
 Robes  
 Sabonetes cheirosos  
 Hidratantes / Colônias  
 Chinelinhos  
 Mantas  
 Chachecol  
 Edredons  
 Flores  
 Porta-retrato  
 Relógio de pulso  
 Caixa de bombons  
 Cesta café da manhã

- Vovó Moderna**  
 Maquiagem  
 Bolsa  
 Tênis ou Bota  
 Moletom  
 Bijouterias  
 Malha de Lã  
 Celular  
 Carteira  
 Jóia  
 Eletroportáteis  
 Livros e CDs  
 Óculos de Sol



## CURIOSIDADE

### A origem da comemoração

Dia 26 de julho é o dia de Santa Ana, mãe de Maria e avó de Jesus Cristo. Conta a história que Ana e o marido, Joaquim, não tinham filhos, mas sempre rezavam pedindo que o Senhor lhes enviasse uma criança. Ela teve uma menina quando já tinha idade avançada e a batizou de Maria. Santa Ana morreu quando a menina tinha apenas três anos. Ela é a padroeira das mulheres grávidas e dizem que concede gravidez às mulheres estérteis.



26 de Julho

## DIA DA VOVÓ

Não se esqueça daquela que nunca esquece de você. Presenteie-a!!

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE SÃO ROQUE

# Você faz parte desta história!

A ACIA comemorou junto aos associados seu aniversário de 60 anos.

O jantar dançante aconteceu dia 14 de junho, na Associação Italo Brasileira, com a presença de cerca de 350 comerciantes e empresários, que lotaram o salão, apreciando a festa e o ótimo som de Toledo & Cia Musical.





São Roque, Julho de 2008

ACIA - Edição Especial



ACIA - Edição Especial

São Roque, Julho de 2008

## Surpreenda seu cliente

Preço, qualidade e um bom ponto comercial já são apenas requisitos mínimos no varejo. Num mercado aberto e globalizado, a diferença entre se destacar da concorrência, planar na média ou fracassar nos negócios depende, mais do que nunca, de um fator básico: atendimento. Matéria composta por variada gama de disciplinas, que vão do marketing propriamente dito à arquitetura e decoração da loja, da vitrine ao balcão, da arrumação de prateleiras ao treinamento de vendedores. Tudo permeado por aconchego e boa educação.

### O bê-á-bá da conquista

- 1 - cumprimente o cliente com um aperto de mão na entrada e na saída;
- 2 - pergunte seu nome e se apresente;
- 3 - deixe bem claro, na imposição de voz e na postura, que ele está diante de um profissional prazeroso com sua atividade;
- 4 - ofereça água ou café;
- 5 - se possível, tenha à mão amostras, pequenos brindes e descontos inesperados (arredondar centavos no caixa, por exemplo);
- 6 - pergunte-lhe se conhece o produto ou o atendimento da casa. Se a resposta for negativa, dê-lhe informações de respeito. Com simplicidade, mas transmitindo muita segurança;
- 7 - saiba o que o cliente procura, exatamente, e apresente a ele propostas condizentes com sua expectativa;
- 8 - sugira, quando necessário, mas sempre levando em consideração o estilo da pessoa à sua frente.

### Como organizar as prateleiras



### O destaque da sua loja

#### 1. Vitrines são o principal chamariz de sua loja. Se a frequência média de compras de seus clientes é quinzenal, mude-as a cada 15 dias.

2. Iluminação das vitrines. Será que é necessário variá-la conforme as horas do dia, possibilitando que o que está exposto seja sempre apreciado da forma ideal?

3. Mensagens. Devem ser curtas, para serem lidas em um, dois segundos. Use letras grandes e contrastes fortes.

4. As mercadorias expostas nos primeiros metros da entrada de sua loja, normalmente não são percebidas... a não ser que sejam colocadas em expositores diferenciados com ofertas irresistíveis.

5. Crie sempre um ponto de atração (um display grande, se possível, com luzes, se possível).



#### Datas comemorativas

Datas comemorativas sempre estimulam o mercado. Aproveite cada oportunidade que elas lhe oferecem para aumentar suas vendas! Conhecer seu consumidor é o diferencial entre seu negócio e o de seu concorrente. Por isso, você precisa observar e analisar quem faz compras em sua loja...

Isso vai lhe fornecer informações preciosas não somente para conquistá-lo em datas comemorativas, mas sim durante todo o ano. Pois assim, mesmo quando o mercado enfrenta períodos de baixa, o lojista que conhece bem os desejos de seu consumidor consegue driblar as crises. Isso por que estimula a compra a partir de uma vontade e não a partir de uma necessidade.

#### Dicas para Vitrine

Numa era dominada pelas imagens, onde o consumidor está vez mais exigente, um dos segredos é apostar no merchandising. Segundo Francisco Guglielme, professor da Universidade de São Paulo e a Eaesp-FGV, "merchandising é o somatório de recursos técnicos que visam à adequação do espaço ao público-alvo. Cores, iluminação, piso, mobiliário, comunicação interna, disposição da mercadoria, circulação, entre outros itens, tornam o ambiente atraente e propício ao consumo".

As vitrines ocupam lugar de destaque, pois se estiverem atrativas e encantadoras, são um meio de atrair as pessoas para dentro da loja, muitas vezes, apenas

1 - mantenha-as sempre cheias, com os principais produtos bem visíveis;  
2 - deixe tudo muito limpo e impecável;  
3 - em lojas de vestuário, atente para a combinação de degradês, com peças em poucos dobramentos;  
4 - coloque os varões ou araras em altura confortável para a clientela;  
5 - use adequadamente a iluminação, no fundo ou em cima;  
6 - opte por equipamentos e móveis ajustáveis;  
7 - quando a loja for self-service deixe os preços bem visíveis.

#### Tendências para o visual

1 - opte pela ambientação com jeito de residência, para o cliente se sentir em casa;  
2 - use, no interior, elementos versáteis e móveis;  
3 - os materiais em voga são a madeira clara e o metal, ou a combinação equilibrada de ambos;  
4 - descarte balcões, para eliminar barreiras entre o cliente e o vendedor;  
5 - crie pontos focais na área de exposição, para destacar a importância de um produto ou de um mix (em lojas de roupas, por exemplo, mostrar como ficam peças combinadas; em alimentos, agrupar principais e complementares).

#### O que evitar, sempre

1 - a rotineira pergunta: "posso ajudar?", quando alguém se aproxima das vitrines ou entra na loja. A resposta, invariavelmente, será: "Não, estou só olhando!". O cliente prefere se sentir livre para escolher o vendedor, que deve no entanto estar atento e solícito;  
2 - rodinhas de vendedores no fundo da loja. Eles sinalizam negativamente. O eventual comprador certamente se sentirá um intruso que chega para incomodar;  
3 - oferecer produtos adicionais sem retirá-los das prateleiras. Eles devem ser manuseados à vontade pelo cliente;  
4 - a frase: "se não gostar, pode trocar" na conclusão da venda. A disposição, nesse sentido, deve ser expressa de maneira positiva. Se for um presente, por exemplo, melhor dizer algo como: "tenho certeza de que a pessoa vai gostar, mas se quiser outro tamanho ou modelo, basta falar com a gente";  
5 - mentir, na falta de algum produto ou serviço. Se você não tiver em estoque de determinado tamanho de roupa, deixe isso bem claro, sem oferecer algo maior ou menor, que o cliente poderá até levar para se arrepender em seguida.

seja com luzes e movimento) no fundo da loja, fazendo com que seus consumidores transitem até lá.

6. Exponha a marca líder de cada tipo de produto bem à altura dos olhos do freguês. A marca que você está querendo promover deve ficar à direita desta.

7. Um adulto acompanhado de crianças em uma loja é quase uma venda certa. Disponibilize mercadorias para crianças em alturas que elas possam alcançar.

8. Sempre facilite o contato do consumidor com tudo o que você vende. Mais estimulação sensorial é igual a mais vendas.

9. Se você vende papéis em pacotes fechados, disponibilize amostras. É uma fórmula fácil para estimular seu toque e consumo... e evitar que as embalagens sejam violadas.

10. Empregue bem o merchandising e as promoções em sua loja. São fórmulas testadas e vencedoras para estimular as compras por impulso e tornar alegres e festivas as visitas de seus consumidores.

para conferir algum produto que viram exposto.

#### Vitrines que atraem

- São claras e limpas, com iluminação ao espaço e às características dos produtos;
- Comunicam-se bem com o consumidor não só pela exposição do produto, mas por mensagens de posicionamento de mercado e intenções da empresa com o consumidor;
- Levam em conta a altura do olhar do observador. Em vitrines direcionadas ao público adulto, o ponto focal está entre 1,5 m e 1,6 m da altura do chão;
- Há expositores, displays, estruturas de suporte, mesas, módulos e móveis atuais que apresentam bem os produtos;
- As decorações temáticas informam datas comemorativas e momentos importantes para o consumidor, com o uso de materiais alternativos e inovadores;
- Existem áreas destacadas com iluminação mais intensa que o restante da loja para valorizar os produtos selecionados;
- As vitrines incorporam visualmente o melhor ângulo da loja, localizada em posição estratégica ao tráfego do público;
- Há predominância de uma única cor (quente ou fria) ou ainda harmonia de duas ou três cores, com o objetivo de causar maior impacto visual por meio da harmonia cromática;
- Traz variedades de modelos; cores e estilos para transmitir a idéia de abundância, mas sem exageros;
- Agrupa produtos com características afins conceituais, formais ou cromáticas a fim de facilitar a visualização e a assimilação do produto.

Fonte: Revista Costura Perfeita