



FERRARI
STELLA
COMUNICAÇÃO



Caminhos da Comunicação ao trade



Trade Mkt



Equipe Comercial
Indústria



Equipe Comercial
Distribuidor



Comprador
Supermercado



Ponto-de-venda

Consumidor
e/ou Shopper



Quem faltou comunicar?



Gerente da Loja



Chefe da Seção



Repositor



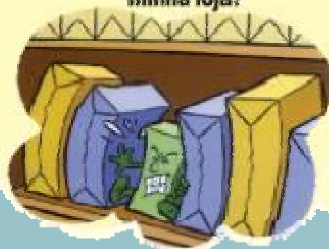
Necessidades do trade



Dos 12 mil* produtos, em média lançados pela indústria, quais deles ficam no mercado?



Quais são as marcas que merecem maior destaque nas gôndolas de minha loja?



Você sabia que 90% dos produtos expostos nos supermercados não têm nenhuma comunicação direta com o consumidor?



Quais serão os produtos preferidos pelo consumidor na região onde minha loja está instalada?



O que acontece com os produtos que comercializo em outras regiões?





Como Formar e Orientar o Setor



Por meio de **comunicação contínua** com o setor supermercadista, informando-o sobre:

- Mix Completo de Produtos
- Gerenciamento da Categoria
- Lançamentos
- Comportamento do consumidor
- Material de Merchandising
- Exposição Correta dos Produtos
- Uso do Cross Merchandising



Comunicação trade



Comunicação trade



Desafio:

- Orientar o setor na prevenção de perdas de seus produtos,
- Apresentar o mix completo de produtos "Gillette", "Duracell" e "Oral-B" e seus diferenciais
- Demonstrar ao supermercadista como rentabilizar as vendas
- Passar o conceito de gerenciamento de categoria e o cross-merchandising na loja
- Divulgar lançamentos e diferenciais dos produtos Gillette

O Projeto:

Composição:

6 fascículos gerenciais e 6 anúncios

Canal:

Supermercado

Divulgação:

Anúncios cuponados – veículo trade

Duração:

6 meses

Resultado:

46,3%
de retorno

13.890

supermercadistas se inscreveram no projeto

"Minha intenção é demonstrar a satisfação por receber o Giro Mix Gillette pelo atendimento do 0800 através da operadora Rose. O conteúdo orienta sobre o comportamento do consumidor no momento da compra (...) Esta iniciativa (...) se traduz em aproveitar as oportunidades de vendas e de crescimento profissional".

David Éderson Batista
A. Angeloni & Cia. Ltda.

"Muito boa esta iniciativa da Gillette. Continuem assim!"

Milton Vasconcelos
Gerente de setor - Supermercado Caçula



Comunicação trade



Desafio:

- Manter e ampliar a cobertura de mercado no auto-serviço
- Rentabilizar as vendas no varejo
- Gerenciamento de categoria e cross-merchandising
- Divulgar lançamento e diferenciais dos produtos

O Projeto:

Divulgação:

Anúncios cuponados – veículo trade

Composição:

Pasta, 12 fascículos gerenciais e 12 anúncios

Canal:

Supermercado

Distribuição:

Via correio

Duração:

12 meses

Resultado:

Liderança da categoria pelo 3º ano consecutivo

Prêmio Lançamento do Ano e Troféu Ponto de Encontro





Anúncio e Encarte



Anúncio Trade



76% dos consumidores buscam variedade*.

A McCain sabe como atendê-los.

Chegou o novo lançamento da McCain! Batata Doce Pré-frita McCain

Só a McCain, líder mundial em vendas de batatas congeladas, poderia lançar um produto com sabor tão diferenciado e agradável. De sabor inédito no mercado brasileiro, a Batata Doce pré-frita McCain valoriza o conceito de "feito em casa" e apresenta corte diferenciado, em estilo artesanal. Perfeito para você aumentar as vendas, atendendo seus clientes em busca de novidades.

Componha um mix completo e estabeleça um forte diferencial com a concorrência.

Trabalhar com todo o mix de marcas líderes, como a McCain, torna mais fácil fidelizar os clientes, pois todas as promoções de seus produtos agregam valor ao ponto-de-venda. Além disso, com os lançamentos e a variedade de produtos da linha McCain em sua loja, você atende melhor seus clientes, oferecendo-lhes mais opções e as novidades que eles procuram.

Batata congelada já não é mais supérfluo.

Cada vez mais consumidores, de todas as classes, incluem em sua cesta de compras produtos pré-prontos, como as batatas congeladas. Aproveite a expansão desse mercado para ampliar suas vendas.



Facilite a vida de seus clientes com a praticidade dos produtos congelados McCain:

* Pessoas que moram sozinhas: são mais de 5 milhões de brasileiros, cerca de 12% da população economicamente ativa (PEA)**.

** Mulheres que trabalham fora e dispõem de pouco tempo para preparar refeições para a família.

SAC McCain: 0800 704 32 36
sac@mccain.com.br - www.mccain.com.br



Pizzas Congeladas Sibarita McCain

Fique com a fatia mais lucrativa do segmento que movimenta cerca de US\$ 80 milhões por ano*.

A McCain, líder em vendas de batatas congeladas no Brasil e de alimentos congelados no mundo, acaba de lançar aqui a sua linha de pizzas congeladas, com processo de fabricação italiano de última geração e o sabor inconfundível do queijo argentino.

Um lançamento que chega na hora certa: no Verão, aumenta a demanda por alimentos que oferecem praticidade e rapidez no preparo. Nas férias de verão, viajando para a praia, o campo ou com as crianças em casa, as pessoas mudam seus hábitos de consumo, passando a preferir os alimentos práticos e fáceis de preparar, como produtos prontos e congelados.

Prepare sua loja:

As pessoas gostariam de consumir pratos congelados de três a quatro vezes por semana, mas a média de consumo ainda é de apenas 1,8 vezes por mês*.



79%

dos consumidores compram pratos congelados em super e hipermercados.

A linha Sibarita McCain conquista o consumidor pela alta qualidade e uma variedade completa de sabores diferenciados, que vão do tradicional até os voltados para o moderno segmento light.

3 recheios diferenciados



4 recheios tradicionais



SAC McCain: 0800 704 32 36
sac@mccain.com.br - www.mccain.com.br



Anúncio Trade



Unilever. O mais completo mix de produtos para cabelos.

CR TRATAMENTO **CR PENTEAR** **CONDICIONADOR** **SHAMPOO**

Creme para tratamento (Dove)
 Linha Dove 400 ml e 250 ml
 Linha Advanced Therapy Dove
 Linha Anticaspa Clear
 Creme para pentear (Suave)
 Linha Suave
 Linha Seda 650 ml e 350 ml

Grande e Médio Vazio

FLUXO

Razões para a exposição de Cuidados para os Cabelos

Pesquisas em diferentes praças do Brasil mostram que:

- 96% das shoppers escolhem primeiramente o item de shampoo e posteriormente o condicionador e o creme de tratamento;
- a comparação de preços é normalmente feita na subcategoria de shampoos, portanto, quando os condicionadores estão lado a lado de seus respectivos shampoos, a comparação de preço fica confusa e eleva a imagem de preço da categoria na loja;

- a exposição horizontal das subcategorias faz com que o shopper tenha que fazer um grande percurso para selecionar itens;
- 90% das shoppers* da categoria compram alguma marca e variante diferenciada entre as subcategorias, quando compram duas ou mais subcategorias;
- 60% delas não compram marca e/ou variante igual entre as subcategorias, independentemente do número de subcategorias compradas;

- o posicionamento dos condicionadores abaixo de shampoos não facilita a venda de condicionadores, subcategoria que avançou as margens de Hair;
- a exposição agrupada dos shampoos e condicionadores confunde as shoppers* na identificação das subcategorias (embalagens pouco diferenciadas);
- a frequência de compra de shampoo é maior que a de condicionador, portanto, separar a exposição ajuda no trabalho de reposição e gerenciamento de estoque.

SEDA

Dove

Suave

CLEAR





Encarte Trade - Sazonal



UNILEVER,
A MARCA QUE
CONQUISTA
CONSUMIDORES
E AUMENTA
SEUS LUCROS.



ANIVERSÁRIO OMO 50 anos



50 anos da marca mais lembrada no mercado brasileiro

- Presença em 32 milhões de lares brasileiros
- 47,6%* de market share valor Omo
- A marca de maior faturamento da Unilever
- 14 anos consecutivos de marca "Top of Mind" entre todas da categoria**
- 74% de penetração
- 30 milhões de embalagens vendidas por mês

NOVO PERFUME



OMO MULTICAO



Aproveite esse momento incrível de OMO para ganhar maior visibilidade e aumentar o faturamento da categoria.

MATERIAIS DE PDV



CONCURSO CULTURAL

PROMOÇÃO*

Sua história Com OMO rende muito

Conte sua história e garanta o futuro de seu filho.

CONTE-NOS** COMO OMO TRANSFORMOU "SE SUJAR" EM APRENDIZADO NA SUA CASA E CONCORRA A **Poupanças de R\$ 100 mil** PARA A EDUCAÇÃO DE SEU FILHO.

APOIO DE MÍDIA





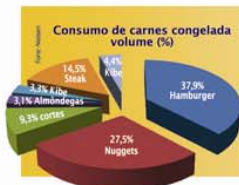
Anúncio Trade



Hamburger Aurora agita a Categoria de perecíveis!

Praticidade com sabor Variedade com rentabilidade

A Aurora, alinhada com as tendências de consumo, amplia sua linha de Hamburger que se destaca pela alta rentabilidade deixada em sua loja e pela satisfação do consumidor em adquirir um produto mais alto que os demais hamburguers do mercado com um preço diferenciado, além da opção de escolha dos vários formatos apresentados: caixeta com 12 unidades de 56g e granel com 36 ou 90 unidades de 56g ou 90g.



Lucre com a cesta de perecíveis.

A vida agitada, a profissionalização das mulheres, a diminuição do tempo disponível para preparar os alimentos são alguns dos motivos do crescimento de 7% na cesta de perecíveis*. A categoria de carne congelada cresceu 9,3%*, sendo o hamburger o carro-chefe desta família.



Amplie suas vendas de Hamburgers Aurora com os materiais criados para sua loja.



Dica do Trade:

A Aurora sabe que: **83%*** dos estímulos percebidos vêm da visão; **84%**** das compras são decididas na sua área de vendas, por isso, investe em uma gama de materiais promocionais para apoiar o lançamento deste mix de produtos em sua loja. Peça hoje mesmo para o representante Aurora o seu kit de sinalização e atraia a atenção dos **70%**** dos consumidores que compram mais do que planejam.

SAC Aurora 0800 0113500
www.auroraalimentos.com.br



* Fonte: IBOPE, Pesquisa S&P
** Fonte: Nielsen Retail



Anúncio Trade



ACABOU DE CHEGAR E TEM TUDO
PARA SAIR RAPIDINHO DA SUA LOJA.

Eleito pela ABRAS o
LANÇAMENTO DO ANO
na categoria Bazar.



INOVADOR

Único produto com
antiaderente que vai
ao microondas.

PRÁTICO

Vai ao freezer, geladeira,
forno convencional
e lava-louças.

MODERNO

Compõe a mesa
com beleza e
elegância.

UMA NOVIDADE PARA VENDER O ANO INTEIRO:

99% *DOS CONSUMIDORES APROVARAM A NOVIDADE.

98% *DEMONSTRARAM INTENÇÃO DE COMPRA.

84% *AVALIARAM O PRODUTO COMO EXCELENTE.

*Fonte: IOP Research

Exposição certa, giro e lucro certos.

A Santa Marina desenvolveu materiais atrativos e especiais para destacar Marinex® & Teflon® Clássica na sua área de vendas. Para otimizar suas vendas jamais exponha Marinex® & Teflon® Clássica próximo à linha Marinex®. Cada uma das linhas atendem a públicos específicos e devem ocupar espaços diferentes.



Divisor de linhas



Divisor de cores



Divisor

MARINEX® & TEFLON®
Clássica

A SANTA MARINA APRESENTA UMA LINHA QUE UNE A BELEZA DE MARINEX® E A PRATICIDADE DO LEGÍTIMO ANTIADERENTE TEFLON®. MARINEX® & TEFLON® CLÁSSICA. UM LANÇAMENTO COM TANTAS QUALIDADES QUE TODO MUNDO VAI QUERER LEVAR LOGO PARA CASA!



 Santa Marina
www.cozinhamat.com.br



Cr!
Cr!

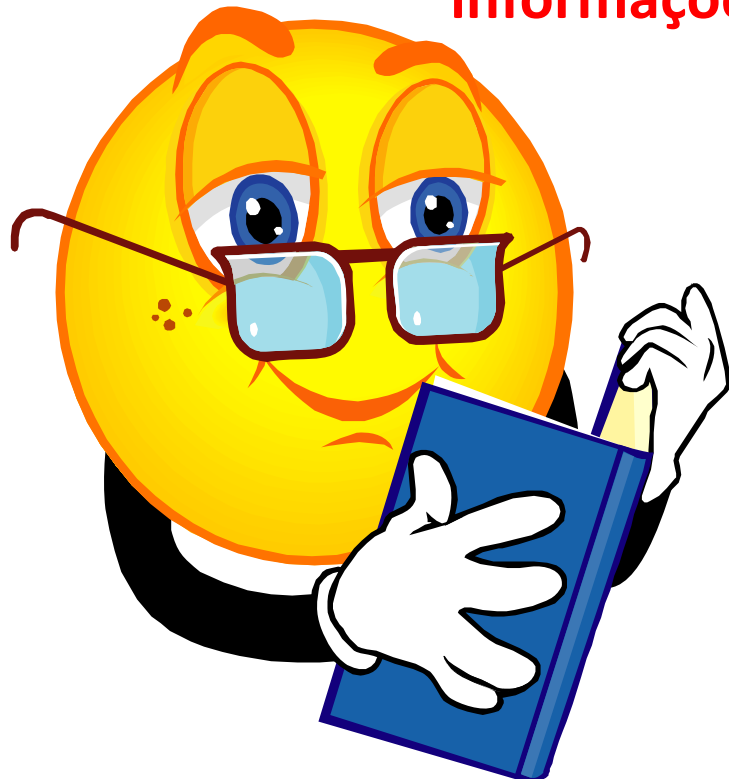




“A nossa pesquisa identificou que 83% dos pequenos varejistas estão interessados em treinamentos para melhorar a gestão do seu negócio.”

Fátima Merlin - LatinPanel

“66% dos leitores de SuperHiper utilizam as informações dos anúncios em sua loja.



ferrari
trade&marketing

A sua agência de ações integradas para o trade.

A Ferrari Trade & Marketing é uma empresa que gera e desenvolve negócios.

Pioneira, com 20 anos de atuação, conhece e interage com todos os setores que compõem o trade.

Desenvolvemos ações que encantam o consumidor e aumentam a lucratividade do seu produto.

Somos comprometidos com os seus desafios para atingir e superar suas metas.

Somos seu parceiro efetivo na busca de um único objetivo: aliviar o esforço de vender.



Consultoria e Treinamento

- Gestão de Negócios
- Desenvolvimento e Relacionamento com o Mercado
- Projetos de Gerenciamento de Categoria
- Apoio a Agências de Propaganda



Gestão de Merchandising

- Planejamento
- ROI
- Engenharia Promocional
- Logística Operacional
- Coordenação



Promoção e Eventos

- Campanhas de Incentivos
- Convenções
- Feiras
- Ações Promocionais
- Endomarketing



Comunicação

- Marketing de Relacionamento
- Anúncios Trade
- Projetos Especiais
- Campanhas Sazonais
- Sinalização de Lojas
- Design de Embalagens