

SUPERHIPER

1º Estudo SuperHiper/LatinPanel sobre
Gerenciamento por Categoria na Ótica do Consumidor

**A contribuição do consumidor
nas estratégias do setor**



- *SuperHiper* é a publicação oficial do setor, pertence à Abras e este ano completa 35 anos
- Leitores: supermercadistas de todos os portes, fornecedores, órgãos governamentais, universidades
- Representa o setor nos principais eventos internacionais, principalmente das áreas de alimentação, como Anuga (Alemanha), Sial (França), Alimentaria (Espanha) e outras



**1º Estudo SuperHiper/LatinPanel sobre
Gerenciamento por Categoria na Ótica do Consumidor**



MOTIVAÇÃO

Cada vez mais o comprador busca praticidade, conveniência, agilidade, assertividade no momento de abastecer o lar

Para gerenciar melhor as categorias é preciso:

- Conhecer o perfil do comprador
- Os diferentes momentos de compra e atitudes no ponto-de-venda
- O supermercadista precisa ter um direcionamento sobre o que fazer e como agir e solicita esse auxílio



MOTIVAÇÃO

- O volume de informações da LatinPanel sobre o Consumidor e as Categorias
- Possibilidade de diversos cruzamentos de dados
- Exigência de um estudo especial publicado em *SuperHiper*, com layout diferenciado e de fácil consulta

MAIO DE 2009

SUPERHIPER

1º Estudo SuperHiper/LatinPanel sobre
Gerenciamento por Categoria na Ótica do Consumidor

• OBJETIVO

- Munir o supermercadista, principalmente de pequeno e médio porte, de informações específicas sobre consumidor/categorias de produtos
- Dar a ele subsídios para desenvolver ações estratégicas para cada categoria em suas lojas





• CONTEÚDO

O estudo será dividido em três partes:

I - Dados gerais **Brasil** - Informações sobre as cestas de produtos (Mercearia Seca / Mercearia Líquida / Refrigerados/ Higiene e Limpeza), compostas por 90 categorias, com:

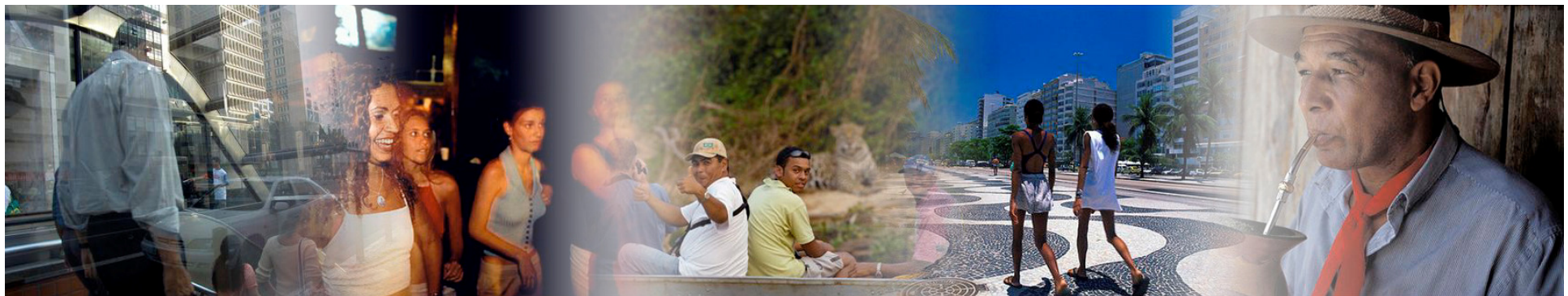
- Análise do número de lares compradores das cestas (oportunidades)
- Importância dos tipos de canal de vendas para cada cesta
- Tíquete médio, evolução do preço, volume médio
- Idas ao ponto-de-venda
- Motivo do consumo nas vendas (abastecimento, consumo imediato, reposição)



CONTEÚDO

II – **Regionais** - Informações sobre as cestas de produtos (compostas por 90 categorias) nas sete regiões auditadas pela LatinPanel

- Análise do número de lares compradores das cestas (oportunidades)
- Importância dos canais de vendas para as cestas
- Tíquete médio (valor médio para a cesta)
- Idas ao ponto-de-venda
- Missões de compra (abastecimento, consumo imediato, reposição)



SUPERHIPER

1º Estudo SuperHiper/LatinPanel sobre
Gerenciamento por Categoria na Ótica do Consumidor

CONTEÚDO

III - **90 categorias** - Informações específicas sobre cada uma delas:

- Perfil predominante do consumidor da categoria (*apressado, experimentador e outros*). Faixa etária e classe social
- Análise do número de lares compradores da categoria (oportunidades)
- Importância dos canais de vendas para as categorias
- Tíquete médio (valor médio gasto com a categoria)
- Idas ao ponto-de-venda (e também dias de semana de maior procura)
- Missões de compra (abastecimento, consumo imediato e reposição)
- Mostraremos quais categorias impulsionam ou complementam a categoria analisada
- Haverá cruzamento de dados sobre os principais indicativos de cada categoria, com sugestões de planogramas, mudança de layout, ações no ponto-de-venda, realização de promoções, etc.



EXEMPLO

A venda da categoria X, com penetração em 35% dos lares das regiões Sul e Centro-Oeste, tem predominância de:

- 56% de consumidores *experimentadores* – que são ávidos por novidades. Eles são os primeiros a comprar lançamentos, gastam mais que o planejado...
- Concentram-se na faixa etária de 30 a 45 anos e pertencem à classe AB
- Geralmente compram em lojas de vizinhança e supermercados convencionais
- Gastam R\$ 7,00 em média quando compram a categoria e com frequência de duas vezes ao mês, sendo que 70% das vendas são realizadas às terças e quartas-feiras
- Missão de compra: reposição
- Geralmente essa categoria X é complementada por outras duas, expostas em áreas próximas ou que apresentem algo que o direcione para elas

SUPERHÍPER

1º Estudo SuperHiper/LatinPanel sobre
Gerenciamento por Categoria na Ótica do Consumidor

• EXEMPLO

O que os supermercadistas podem analisar a partir destas informações?

Lojas do perfil de preferência:

- Como se trata de um Experimentador - Focar ações em degustação; cross-merchandising; principalmente nos dias de maior venda, desenvolver ações de comunicação mais eficientes; agir em parceria com a indústria

Lojas fora do perfil de preferência:

- Analisar as possibilidades que a categoria proporciona, se não é necessário trabalhar melhor o planograma, se a exposição está chamando a atenção do consumidor para a categoria e diversas outras

SUPERHIPER

1º Estudo SuperHiper/LatinPanel sobre
Gerenciamento por Categoria na Ótica do Consumidor



Categorias analisadas

Cesta *Mercearia Seca*

Açúcar

Achocolatado em Pó

Adoçante

Azeite

Barra de Cereais

Biscoito Recheado

Biscoito Doce

Biscoito Salgado

Bolo Pronto Industrializado

Café Solúvel

Café Torrado

Caldo

Catchup

Cereal Matinal

Chocolates

Creme de Leite

Extrato de Tomate

Farinha de Trigo

Fermento

Leite em Pó

Leite Condensado

Maionese

Massa Tradicional

Massa Instantânea

Molho de Tomate

Molho para Salada

Pães

Polpa + Purê de Tomate

Óleo de Soja

Salgadinho

Sobremesa em Pó

Sopa

Suco em Pó

Tempero



Categorias analisadas

Cesta *Mercearia Líquida*

Água de Coco
Água Mineral
Bebida à Base de Soja
Cerveja
Chá Líquido
Leite Fresco Pasteurizado
Leite Longa Vida
Refrigerante
Suco Concentrado
Suco Pronto para Beber



SUPERHÍPER

1º Estudo SuperHiper/LatinPanel sobre
Gerenciamento por Categoria na Ótica do Consumidor



Categorias analisadas

Cesta *Refrigerados*

- Iogurte
- Leite Fermentado
- Manteiga
- Margarina
- Petit Suisse
- Prato Pronto Congelado
- Requeijão
- Sobremesa Pronta
- Sorvete



SUPERHÍPER

1º Estudo SuperHiper/LatinPanel sobre
Gerenciamento por Categoria na Ótica do Consumidor



Categorias analisadas

Cesta *Higiene e Beleza*

Absorvente Íntimo
Alisante para Cabelo
Creme Dental
Creme para o Rosto
Creme para o Corpo
Colônia
Desodorante
Esmalte e Acessórios para Unhas
Fralda Descartável

Maquiagem
Modelador de Cabelos
Protetor e Bronzeador Solar
Papel Higiênico
Pós-Xampu
Sabonete
Tintura para Cabelos
Xampu



SUPERHÍPER

1º Estudo SuperHiper/LatinPanel sobre
Gerenciamento por Categoria na Ótica do Consumidor



Categorias analisadas

Cesta *Limpeza*

- Água Sanitária
- Amaciante de Roupa
- Cera para Piso
- Cleaners
- Detergente em Pó
- Detergente Líquido para Roupas
- Detergente para Louça
- Desinfetante
- Esponja Sintética
- Inseticida
- Lã de Aço
- Sabão em Pedra
- Saponáceos



SUPERHÍPER

1º Estudo SuperHiper/LatinPanel sobre
Gerenciamento por Categoria na Ótica do Consumidor



Categorias analisadas

Cesta *Bazar e Outras*

Calçados Femininos

Calçados Masculinos

Celular

Chinelos

Filtros de Papel

Ração para Cães

Ração para Gatos

Tênis





Na prática, o supermercadista poderá:

- Associar o perfil de sua loja com as informações específicas de cada categoria
- Verificar se não está perdendo oportunidades de venda com cada categoria
- Verificar se a exposição está correta
- Trabalhar o planograma
- Trabalhar junto à indústria para desenvolver melhores ações para a categoria
- Fazer promoções nos dias específicos de maior venda da categoria
- Impulsionar vendas de categorias complementares e outras



Esta edição completa o trio de **estudos** especiais publicados por *SuperHiper* neste primeiro semestre/ 09

Líderes de Vendas – março

Ranking Abras – abril

GC na Ótica do Consumidor – maio



Marlucy Lukianocenko
Editora da Revista *SuperHiper*
redacaosh@abras.com.br
(11) 3838-4523