

# Kit de Degustação e Amostra para Consumidor - Baby Club / Turma do Soninho

MSI Distribuidora - Material de PDV Bloco 2: Materiais de PDV / Trade Marketing

## Objetivo

Permitir que o consumidor final experimente os produtos Baby Club e Turma do Soninho no ponto de venda, removendo a barreira de "não conheço a marca" e acelerando a decisão de compra. A amostra transforma curiosidade em experimentação e experimentação em venda.

## Conteúdo do Kit

O kit de degustação/amostra é montado com produtos em formato reduzido ou sachets, entregues gratuitamente ao consumidor no PDV.

Kit Padrão Baby Club (para mães com bebês de 0 a 3 anos):

- 1 sachet de lenço umedecido Baby Club (10 unidades)
- 1 sachet de sabonete líquido Baby Club (30 ml)
- 1 folheto informativo com a linha completa e preços sugeridos
- 1 cupom de desconto para primeira compra (10% no produto tamanho regular)

Kit Turma do Soninho (para crianças de 3 a 10 anos):

- 1 sachet de lenço umedecido Turma do Soninho (10 unidades)
- 1 adesivo infantil decorativo com personagens Turma do Soninho (brinde lúdico)
- 1 folheto com a linha completa
- 1 cupom de desconto para primeira compra (10%)

Kit Combinado (para ações em lojas maiores):

- 1 sachet de lenço Baby Club
- 1 sachet de lenço Turma do Soninho
- 1 folheto comparativo das duas linhas
- 1 cupom de desconto

Embalagem do kit: saquinho plástico transparente com zip lock, medindo 15 cm x 20 cm, com adesivo da marca no fechamento.

Quantidade por ação: preparar entre 50 e 100 kits por ponto de distribuição, dependendo do fluxo estimado da loja.

## Como Distribuir

Existem três formas de distribuição, cada uma adequada a um perfil de loja:

1. Distribuição assistida (com promotor)
  - Um promotor ou o próprio vendedor de campo fica na loja por 2 a 4 horas
  - Aborda consumidores na seção de higiene infantil ou fraldas
  - Entrega o kit com explicação rápida sobre o produto
  - Ideal para: ações de lançamento, lojas de alto fluxo, farmácias grandes

## 2. Distribuicao no balcao

- o Os kits ficam no balcao de atendimento da loja, em uma bandeja ou display
- o O atendente ou caixa entrega ao consumidor no momento da compra
- o Ideal para: farmacias, lojas de bebe, mercadinhos com atendimento personalizado

## 3. Distribuicao na sacola (sampling bag)

- o Os kits sao colocados dentro da sacola de compra de clientes que compraram fraldas ou produtos infantis
- o Funciona de forma passiva, sem abordagem direta
- o Ideal para: redes de supermercados que permitem sampling mas nao permitem promotor

## Abordagem no PDV (Script para Promotor/Vendedor)

Abordagem para mae com bebe no carrinho ou na secao infantil:

"Bom dia! Voce conhece a linha Baby Club? Estamos distribuindo uma amostra gratis para voce experimentar em casa. Sao lencos umedecidos e sabonete liquido, tudo hipoalergenico e com pH neutro. Se gostar, na proxima compra voce tem 10% de desconto com esse cupom. Posso entregar?"

Pontos importantes da abordagem:

- Sempre perguntar antes de entregar (respeitar o consumidor)
- Destacar o beneficio funcional: "hipoalergenico", "pH neutro", "testado dermatologicamente"
- Nao criticar marcas concorrentes
- Ser rapido: a abordagem inteira deve durar no maximo 30 segundos
- Se o consumidor recusar, agradecer e seguir para o proximo

Abordagem para gravidas: "Parabens! Posso deixar com voce uma amostra da linha Baby Club? E uma marca de higiene infantil com preco justo e qualidade comprovada. Quando o bebe chegar, voce ja vai conhecer."

## Objecoes Comuns e Como Contornar

"Nao podemos ter promotor na loja sem autorizacao da matriz."

- "Entendo perfeitamente. Nesse caso, posso deixar os kits com o atendente do balcao para distribuir? Sem promotor, sem abordagem, so entrega passiva junto com a sacola."

"Nao distribuimos amostras de fornecedor."

- "E se a gente fizer diferente? Em vez de distribuir, coloco os sachets dentro da sacola de quem comprou fralda. O cliente recebe em casa, experimenta e volta para comprar. Sem abordagem na loja."

"Qual a garantia de que vai gerar venda?"

- "Posso medir junto com voce. Cada cupom tem codigo. Em 30 dias a gente ve quantos foram usados. Se nao gerar resultado, nao repito a acao."

## Formulario de Feedback

Para medir a efetividade da acao, o promotor/vendedor deve registrar os seguintes dados:

Dados da acao:

- Loja e endereço
- Data e horário (início e fim)
- Nome do promotor/vendedor responsável
- Quantidade de kits distribuídos

Dados por abordagem (quando possível):

- Perfil do consumidor (mãe com bebê, grávida, pai, avô)
- Aceitou o kit? (sim/nao)
- Já conhecia a marca? (sim/nao)
- Comprou algum produto Baby Club na mesma visita? (sim/nao)
- Observações (comentários do consumidor, elogios, reclamações)

Modelo simplificado para farmácias (balcão):

- Quantidade de kits entregues no dia
- Quantidade de cupons utilizados (verificar com o lojista na visita seguinte)

## Medição de Conversão

A conversão da ação de amostragem é medida em dois níveis:

Nível 1 - Conversão imediata (no mesmo dia)

- Fórmula:  $(\text{consumidores que compraram Baby Club no dia} / \text{total de kits entregues}) \times 100$
- Meta: 15% a 25% de conversão imediata
- Como medir: contar vendas de Baby Club no dia da ação (pedir ao lojista ou consultar sell-out)

Nível 2 - Conversão por cupom (até 30 dias)

- Fórmula:  $(\text{cupons resgatados} / \text{total de cupons distribuídos}) \times 100$
- Meta: 8% a 15% de resgate de cupom em 30 dias
- Como medir: os cupons devem ter código único ou código de barras rastreável. Na visita seguinte, verificar com o lojista quantos cupons foram utilizados.

Nível 3 - Impacto no sell-out (comparação antes x depois)

- Comparar o giro de Baby Club na loja nas 4 semanas anteriores à ação com as 4 semanas posteriores
- Aumento acima de 20% indica impacto positivo da amostragem
- Como medir: dados de sell-out do lojista ou estimativa por reposição

## Custo e Viabilidade

Custo estimado por kit:

- Sachets de produto: R\$ 1,50 a R\$ 2,50 (dependendo dos itens incluídos)
- Embalagem (saquinho + adesivo): R\$ 0,30
- Folheto + cupom: R\$ 0,20
- Custo total por kit: R\$ 2,00 a R\$ 3,00

Custo de uma ação de 100 kits: R\$ 200 a R\$ 300 (sem promotor) Custo do promotor (se terceirizado): R\$ 150 a R\$ 250 por diária de 4 horas

Se a conversão imediata for de 20% (20 vendas em 100 kits) com ticket médio de R\$ 7,00:

- Faturamento imediato: R\$ 140

- Faturamento por cupons (estimando 10%): R\$ 70
- Total estimado: R\$ 210
- O custo dos kits se paga na propria acao, sem contar o efeito de longo prazo (fidelizacao)

## Cuidados Legais e Sanitarios

- Os sachets devem ter rotulagem conforme legislacao vigente (ANVISA)
- Data de validade dos sachets deve ser verificada antes de cada acao (minimo 6 meses de validade)
- Nao distribuir amostras de produtos com selo de seguranca violado
- O cupom de desconto deve ter regras claras impressas (validade, restricoes, loja participante)
- Verificar com a loja se permitem distribuicao de amostras (algumas redes exigem autorizacao da matriz)

## Planejamento da Acao

Cronograma sugerido:

- 15 dias antes: definir lojas, quantidade de kits e datas
- 10 dias antes: solicitar producao dos sachets e impressao dos folhetos/cupons
- 5 dias antes: montar os kits
- Dia da acao: distribuir, registrar feedback
- 7 dias depois: primeira verificacao de cupons resgatados
- 30 dias depois: relatorio final de conversao

## Como Usar Este Material

Este documento orienta o vendedor de campo e o promotor no planejamento e execucao de acoes de amostragem nos PDVs. Antes da acao, defina as lojas prioritarias (alto fluxo de maes), solicite os kits com antecedencia e confirme a autorizacao com o lojista. No dia da acao, siga o script de abordagem, entregue os kits e registre os dados no formulario de feedback. Apos a acao, visite a loja para verificar o impacto no giro e o resgate de cupons. Use os numeros de conversao para justificar novas acoes e para priorizar as lojas com melhor resultado.