

Planograma Sugerido - Terceirizei

Posicionamento de Produtos por Tipo de Loja

Objetivo do Material

O planograma e a sugestão de como organizar os produtos Terceirizei na gondola do cliente. Um bom posicionamento aumenta a visibilidade, o giro e a venda. Este material orienta o vendedor a propor o layout ideal para cada tipo de loja, considerando as linhas Baby Club, Turma do Soninho e Limpeza.

Princípios Básicos de Exposição

Regras gerais para qualquer tipo de loja:

- 1. Altura dos olhos = altura das vendas.** Produtos com melhor margem ficam na altura dos olhos do consumidor (entre 1,20m e 1,60m do chão).
 - 2. Blocos de marca.** Agrupe todos os produtos da mesma marca/linha juntos. Não misture Baby Club com Turma do Soninho na mesma prateleira.
 - 3. Fluxo lógico por tamanho.** Dentro de cada linha, organize por tamanho (P, M, G, XG) da esquerda para a direita.
 - 4. Facing mínimo.** Cada produto deve ter no mínimo 2 facings (duas unidades de frente) para ser visível. O ideal são 3 a 4 facings.
 - 5. Estoque visível.** Gondola vazia não vende. Reponha antes que o último produto saia da frente.
 - 6. Precificação clara.** Etiqueta de preço visível em cada produto. Consumidor que não vê preço não compra.
-

Planograma por Tipo de Loja

TIPO 1 - Pequeno Varejo / Mercadoria (1-2 gondolas)

Espaço disponível: 1 módulo de gondola (1,30m de largura x 5 prateleiras)

Distribuição sugerida:

Prateleira	Posição	Produtos
5 (topo)	Visibilidade média	Lencos umedecidos Baby Club e T. Soninho
4 (altura dos olhos)	Melhor posição	Fraldas Baby Club (M, G, XG) - maior margem
3 (meio)	Boa posição	Fraldas Turma do Soninho (M, G, XG)
2 (abaixo)	Posição média	Higiene bebê (shampoo, sabonete, óleo)
1 (base)	Posição inferior	Produtos de limpeza (desinfetante, multiuso)

Dica para o vendedor: "No pequeno varejo, espaço é limitado. Foque nos itens de maior giro: fralda M e G e lenços umedecidos. São os que vendem todo dia. Comece com 3-4 SKUs e amplie conforme o giro."

TIPO 2 - Supermercado Médio (3-5 gondolas no setor)

Espaco disponível: 2 módulos de gondola para bebê + 1 módulo para limpeza

Modulo 1 - Baby Club (premium):

Prateleira	Produtos	Facing
5 (topo)	Higiene Baby Club (shampoo, condicionador)	3 cada
4 (olhos)	Fraldas Baby Club G e XG	4 cada
3 (meio)	Fraldas Baby Club P e M	4 cada
2 (abaixo)	Lenços umedecidos Baby Club (pacote e refil)	3 cada
1 (base)	Kits e promoções Baby Club	2 cada

Modulo 2 - Turma do Soninho (custo-benefício):

Prateleira	Produtos	Facing
5 (topo)	Higiene T. Soninho (shampoo, sabonete)	3 cada
4 (olhos)	Fraldas T. Soninho G e XG	4 cada
3 (meio)	Fraldas T. Soninho P e M	4 cada
2 (abaixo)	Lenços umedecidos T. Soninho	3 cada
1 (base)	Pacotes econômicos / fardos	2 cada

Modulo Limpeza (corredor de limpeza):

Prateleira	Produtos	Facing
4 (olhos)	Desinfetante (fragâncias principais)	3 cada
3 (meio)	Multiuso e limpa vidros	3 cada
2 (abaixo)	Sabão líquido e amaciante	2 cada
1 (base)	Versões econômicas / galão	1 cada

TIPO 3 - Rede de Farmácias

Espaco disponível: 1 módulo gondola + ponta de gondola

Gondola principal:

Prateleira	Produtos	Observação
4 (olhos)	Baby Club premium (fraldas, higiene)	Farmácia valoriza premium

3 (meio)	Lencos umedecidos (ambas as linhas)	Alto giro em farmacia
2 (abaixo)	Turma do Soninho (fraldas)	Opcao custo-beneficio
1 (base)	Kits presenteaveis	Baby shower, cha de bebe

Ponta de gondola (quando disponivel):

- Usar para promocoos sazonais
- Destaque para lancamentos
- Cross-selling: fralda + lenco + pomada

Dica: "Em farmacia, o consumidor busca conveniencia e confianca. Destaque a linha Baby Club (premium) e mantenha sempre a Turma do Soninho como opcao acessivel. O farmaceutico pode recomendar."

TIPO 4 - Atacarejo / Atacadista

Espaco disponivel: Posicao em pallet ou gondola dupla

Organizacao:

Posicao	Produtos	Apresentacao
Pallet promocional (entrada)	Fralda mais vendida (M ou G)	Fardo/caixa fechada com preco unitario visivel
Gondola superior	Fraldas Baby Club (todos tamanhos)	Caixa fechada
Gondola meio	Fraldas T. Soninho (todos tamanhos)	Caixa fechada
Gondola inferior	Lencos umedecidos (ambas linhas)	Caixa fechada
Corredor limpeza	Produtos de limpeza em galao	Caixa ou unidade

Dica: "No atacarejo, preco e visibilidade sao tudo. Use cartaz com preco unitario destacado e coloque a Turma do Soninho como chamariz de preco baixo. Baby Club atrai quem busca qualidade premium."

Estrategia de Cross-Selling no PDV

Combinacoes que aumentam o ticket medio:

Produto Principal	Cross-sell	Argumento
Fralda (qualquer)	Lencos umedecidos	"Quem compra fralda sempre precisa de lenco. Coloque ao lado."
Fralda Baby Club	Shampoo/Sabonete Baby Club	"Mesma marca, mesmo consumidor. Fideliza."
Desinfetante	Multiuso	"Mesma ocasio de compra: limpeza da casa."

Fralda T. Soninho	Fralda Baby Club	"Opcao premium ao lado da economica. Muitos migram."
-------------------	------------------	--

Posicionamento fisico do cross-sell:

- Produto complementar na prateleira de cima ou de baixo
- Clip strip (tira pendurada) com lencos umedecidos na gondola de fraldas
- Display de balcao com higiene bebe no caixa (compra por impulso)

Estrategia de Marca Propria no PDV

Para clientes que adotam marca propria fabricada pela Terceirizei:

1. **Posicao premium:** Marca propria do varejista fica na altura dos olhos, ao lado da marca lider da categoria.
2. **Destaque de preco:** Etiqueta comparativa mostrando economia vs marca lider. Exemplo: "Mesma qualidade, 20% mais barato."
3. **Sinalizacao:** Stopper ou wobbler na gondola identificando "Marca Exclusiva [nome da loja]."
4. **Volume de facing:** Marca propria deve ter pelo menos o mesmo numero de facings da marca lider para transmitir relevancia.
5. **Posicao estrategica:** Se possivel, marca propria na gondola principal e marcas concorrentes nas pontas.

Material de PDV Sugerido

Material	Onde usar	Funcao
Stopper de gondola	Na prateleira, projetando para o corredor	Chamar atencao para o produto
Wobbler	Preso na prateleira, balancando	Destacar promocao ou lancamento
Faixa de gondola	Na borda da prateleira	Identificar a linha/marca
Display de balcao	Proximo ao caixa	Compra por impulso (lencos, mini kits)
Cartaz de preco	Acima do pallet ou gondola	Destacar preco no atacarejo
Banner	Entrada da loja ou corredor	Campanha sazonal (Dia das Maes, etc.)

Calendario Sazonal de Exposicao

Periodo	Acao	Produtos em destaque
Janeiro-Fevereiro	Volta as aulas (limpeza escolar)	Limpeza institucional

Marco-Abril	Lancamento Terceirizei	Todas as linhas (com material de PDV)
Maio	Dia das Maes	Kits Baby Club premium
Junho-Julho	Inverno (mais fraldas noturnas)	Fraldas XG/XXG, lencos
Agosto	Dia dos Pais	Cross-sell limpeza + bebe
Outubro	Dia das Crianças	Baby Club e T. Soninho
Novembro	Black Friday	Fardos e caixas fechadas com desconto
Dezembro	Natal	Kits presenteaveis Baby Club

Como usar este material

1. Na primeira visita ao cliente, observe como a gondola esta organizada hoje. Tire fotos. Identifique oportunidades de melhoria.
2. Na segunda visita, leve a sugestao de planograma adequada ao tipo de loja do cliente. Mostre como reorganizar pode aumentar as vendas.
3. Ofereca-se para ajudar a montar a gondola. Vendedor que arruma gondola ganha a confianca do comprador e do gerente de loja. Em redes, negocie o planograma com o comprador de categoria; em lojas independentes, fale direto com o proprietario ou gerente.
4. Use o argumento de cross-selling para aumentar o pedido: "Se voce colocar o lenço ao lado da fralda, o giro do lenço dobra. Vou incluir 3 caixas no pedido?"
5. Para marca propria, leve a proposta de posicionamento junto com a proposta comercial. O cliente precisa visualizar o produto dele na gondola.
6. Revise os planogramas a cada trimestre. Produtos com baixo giro devem ceder espaco para os de alto giro.