

# Kit Amostra para Consumidor

## Terceirizei Industria de Higiene e Limpeza

---

### Apresentacao

O kit amostra e a ferramenta mais poderosa para converter consumidores indecisos em compradores fieis. Quando o consumidor experimenta o produto antes de comprar, a barreira de risco desaparece e a decisao de compra se torna natural.

A Terceirizei, como industria fabricante, tem uma vantagem decisiva nessa estrategia: o custo das amostras e o custo de producao, sem margem de distribuidor, sem markup de intermediario. Isso significa que a Terceirizei pode fornecer amostras em volume muito superior ao que qualquer concorrente consegue bancar, transformando a experiencia do consumidor em vantagem competitiva real.

---

### Conteudo dos Kits

#### Kit Baby Club - Higiene Infantil:

- 1 pacote de lencos umedecidos Baby Club (10 unidades - tamanho amostra)
- 1 sachê de sabonete líquido infantil Baby Club (15 ml)
- 1 pacote de algodao em disco Baby Club (10 unidades)
- 1 folheto informativo com linha completa de produtos
- Embalagem: saquinho plastico transparente com cartao de cabeceira

#### Kit Turma do Soninho - Fraldas:

- 2 fraldas Turma do Soninho (tamanhos M ou G, conforme publico da loja)
- 1 pacote de lencos umedecidos (10 unidades - tamanho amostra)
- 1 folheto com tabela de tamanhos e precos sugeridos
- Embalagem: saquinho plastico transparente com cartao de cabeceira

#### Kit Linha Limpeza:

- 1 pano multiuso (unidade individual embalada)
- 1 sachê de limpador multiuso (30 ml)
- 1 par de luvas descartaveis
- 1 folheto com linha completa de limpeza
- Embalagem: saquinho plastico transparente com cartao de cabeceira

#### Kit Misto (ideal para lancamento):

- 1 fralda Turma do Soninho
  - 1 pacote de lencos umedecidos Baby Club (10 unidades)
  - 1 sachê de sabonete líquido infantil
  - 1 pano multiuso
  - 1 folheto institucional Terceirizei com todas as linhas
  - Embalagem: sacola kraft personalizada Terceirizei
- 

### Custo de Producao vs Valor Percebido

Esta e a vantagem industrial que deve ser comunicada ao lojista:

Item	Custo de producao	Valor de varejo	Economia
Kit Baby Club	R\$ 2,80	R\$ 12,00	77%
Kit Turma do Soninho	R\$ 3,50	R\$ 15,00	77%
Kit Linha Limpeza	R\$ 2,20	R\$ 9,00	76%
Kit Misto	R\$ 4,50	R\$ 18,00	75%

O custo unitario de producao permite que a Terceirizei forneça volumes expressivos de amostras sem comprometer a margem da operacao. Um distribuidor pagaria o preco de atacado, que e 3 a 4 vezes maior que o custo de producao.

---

## Distribuicao

### Modelo 1 - Distribuicao pelo vendedor de campo:

- O vendedor leva kits no carro e entrega ao lojista durante a visita
- O lojista distribui aos consumidores no ponto de venda
- Volume sugerido: 20 a 50 kits por loja, dependendo do porte
- Periodicidade: mensal, vinculada ao pedido de reposicao

### Modelo 2 - Distribuicao direta ao consumidor (acao promocional):

- Promotor(a) Terceirizei posicionado(a) na loja por periodo determinado
- Entrega direta ao consumidor com abordagem padronizada
- Volume sugerido: 100 a 200 kits por dia de acao
- Ideal para lancamento (abril/2026) e datas comemorativas

### Modelo 3 - Vinculada a compra:

- Kit amostra como brinde na compra de qualquer produto Terceirizei
- "Compre 1 pacote de fraldas Turma do Soninho e ganhe o kit Baby Club"
- Estimula experimentacao cruzada entre linhas
- Volume controlado pelo proprio giro de vendas

### Modelo 4 - Maternidades e clinicas pediatricas:

- Distribuicao de kits Baby Club e Turma do Soninho em maternidades parceiras
- Primeiro contato da mae com a marca no momento mais receptivo
- Requer parceria institucional (responsabilidade da gerencia comercial)

---

## Abordagem ao Consumidor (Roteiro para Promotor)

**Abertura:** "Bom dia! Voce conhece a Baby Club/Turma do Soninho? Somos uma marca nova de higiene infantil, fabricada aqui no Brasil, com qualidade de industria."

**Entrega da amostra:** "Trouxe um kit para voce experimentar em casa, sem compromisso. Sao produtos que a gente fabrica com todo cuidado."

**Destaque do diferencial:** "A diferenca e que voce esta recebendo direto da fabrica. Sem intermediario, o preco e melhor e a qualidade e a mesma que vai pra gondola."

**Fechamento:** "Se gostar, voce encontra aqui nesta loja. Qualquer duvida, tem nosso contato no folheto."

### Regras da abordagem:

- Sempre sorrir e ser educado
  - Não insistir se o consumidor recusar
  - Não falar mal de concorrentes
  - Focar nos benefícios, não nas especificações técnicas
  - Registrar quantidade de kits distribuídos por hora
- 

### Feedback e Acompanhamento

A distribuição de amostras só gera resultado se houver acompanhamento. Implemente:

#### No ponto de venda:

- Perguntar ao lojista na visita seguinte: "Os consumidores que receberam amostra voltaram para comprar?"
- Comparar vendas do período anterior com o período após distribuição de amostras
- Registrar comentários espontâneos dos consumidores

#### Pesquisa rápida (quando houver promotor):

- Anotar quantos kits foram distribuídos
- Registrar perfil do consumidor (gestante, mãe com bebê, avó, cuidadora)
- Perguntar se já conhecia a marca
- Anotar objeções ou dúvidas mais frequentes

#### Indicadores de acompanhamento:

- Taxa de distribuição: kits entregues / kits disponibilizados
  - Taxa de retorno: consumidores que voltaram para comprar após receber amostra
  - Aumento de vendas na loja: comparativo antes/depois da ação
  - Custo por conversão: custo total dos kits / número de novos compradores
- 

### Conversão - Transformando Amostra em Venda Recorrente

A amostra é o primeiro passo. O objetivo final é a recorrência. Estratégias para maximizar a conversão:

1. **Proximidade temporal:** Distribuir amostras quando o produto está disponível na gondola da mesma loja. Sem produto na prateleira, a amostra não converte.
  2. **Comunicação visual complementar:** Instalar wobblers, stoppers ou faixa de gondola nos mesmos dias da distribuição de amostras. O consumidor que recebeu a amostra encontra a marca facilmente na loja.
  3. **Promocão de primeira compra:** Oferecer um cupom de desconto junto com o kit amostra para a primeira compra do produto em tamanho regular.
  4. **Vinculação com lojista:** Combinar com o lojista um espaço extra ou um ponto de destaque durante o período de distribuição de amostras.
  5. **Repetição:** Uma única exposição a amostra converte em média 15% dos consumidores. Com duas ou três exposições, a taxa sobe para 30% a 40%.
- 

### Vantagem Industrial - Argumento para o Vendedor

Ao apresentar a estratégia de amostras ao lojista, reforce:

1. "Nossas amostras custam o preço de produção. Nenhum concorrente que compra de distribuidor consegue oferecer esse volume de amostras."
2. "Estamos investindo pesado no lançamento porque acreditamos na qualidade do produto. Quando o consumidor experimenta, ele volta."
3. "Você não gasta nada. As amostras são por conta da fábrica. Seu único papel é autorizar a distribuição na loja."
4. "Amostra grátis atrai gente para a sua loja. É bom para o seu movimento, não só para a nossa marca."
5. "A gente acompanha o resultado. Na próxima visita, trago o comparativo de vendas antes e depois da ação."

---

### **Logística e Armazenamento**

- Kits devem ser armazenados em local seco e arejado
- Validade das amostras: seguir a validade do produto regular (mínimo 12 meses)
- Lotes de amostras devem ter rastreabilidade (número de lote no cartão de cabeceira)
- Vendedor deve manter estoque de 50 kits no carro (10 de cada tipo + 10 mistos)
- Reposição semanal junto ao depósito da Terceirizei

---

### **Como usar este material**

Este documento orienta o vendedor de campo e o time de trade marketing sobre a estratégia completa de distribuição de amostras ao consumidor final. Use-o para planejar ações de lançamento em abril/2026, definir volumes por loja, treinar promotores e acompanhar resultados. Apresente os números de custo de produção ao lojista como argumento de parceria e implemente o ciclo completo: distribuição, feedback, conversão e recorrência. Mantenha kits no carro em toda visita para aproveitar oportunidades espontâneas de ação no ponto de venda.