

GUIA DE BOAS PRÁTICAS E EXECUÇÕES CAMPARI



OFF TRADE

REGRAS DE OURO

VOLTAR
AO
INÍCIO

PRODUTO	ORIENTAÇÃO
	COLOCAR O PRODUTO NA GÔNDOLA DE APERITIVOS E VERMUTES COMO CAMPARI É LÍDER DE CATEGORIA, DEVE TER MAIS FRENTES DO QUE AS MARCAS CONCORRENTES
	COLOCAR O PRODUTO NA GÔNDOLA DE APERITIVOS E VERMUTES POSICIONAR SEMPRE AO LADO DE CAMPARI, SENDO APEROL O 1º PRODUTO POSICIONADO NA PRATELEIRA E CAMPARI O 2º PRODUTO. IDEALMENTE DEVE TER A MESMA QUANTIDADE DE FRENTES DE CAMPARI
	COLOCAR O PRODUTO NA GÔNDOLA DE VODKAS POSICIONAR AO LADO DE SMIRNOFF, COM PELO MENOS 50% DA QUANTIDADE DE FRENTES DE SMIRNOFF
	COLOCAR O PRODUTO NA GÔNDOLA DE CACHAÇAS POSICIONAR AO LADO DA CACHAÇA MAIS PREMIUM/CARA DA LOJA. O FOCO PRINCIPAL É A MARCA SELETA AJUSTAR O POSICIONAMENTO DE ACORDO COM AS MARCAS PREMIUM REGIONAIS
	COLOCAR O PRODUTO NA GÔNDOLA DE APERITIVOS E VERMUTES COLOCAR NA PRATELEIRA ABAIXO DE CAMPARI
	COLOCAR O PRODUTO NA GÔNDOLA DE BEBIDA MISTA OU CONHAQUE POPULAR COMO DREHER É LÍDER DE CATEGORIA, DEVE POSSUIR MAIS FRENTES DO QUE AS MARCAS CONCORRENTES

PRODUTO	ORIENTAÇÃO
	COLOCAR O PRODUTO NA GÔNDOLA DE LICORES POSICIONAR AO LADO DE LICOR 43, COM O MESMO NÚMERO DE FRENTES DO ITEM TRADICIONAL
	COLOCAR O PRODUTO NA GÔNDOLA DE WHISKEY POSICIONAR AO LADO DE JACK DANIELS Nº7 (RÓTULO PRETO), COM 50% DO NÚMERO DE FRENTES DESTES ITENS, NUNCA DEVE POSICIONAR NA PRATELEIRA ABAIXO DE JACK DANIELS, SEMPRE POSICIONAR AO LADO DA PRATELEIRA OU UMA PRATELEIRA ACIMA
	COLOCAR O PRODUTO AO LADO DE CAMPARI CASO HAJA UM ESPAÇO DEDICADO PARA NEGRONI PRONTO, COLOCAR O PRODUTO TAMBÉM NESTE ESPAÇO
	COLOCAR O PRODUTO NA GÔNDOLA DE CACHAÇAS AO LADO DE SAGATIBA CRISTALINA
	COLOCAR O PRODUTO NA GÔNDOLA DE GINS POSICIONAR AO LADO DE TANQUERAY
	ATIVAR ANEXADO JUNTO A APEROL EM APERITIVOS.

OFF TRADE



Número de frentes obrigatório por produto

SKU	BAIRRO	SUPERMERCADO	HIPERMERCADO	HIPER+	CASH
APEROL	3	3	5	7	9
BULLDOG	-	2	3	4	4
CAMPARI	3	4	5	7	9
CYNAR	2	2	3	4	5
DREHER	3	4	5	7	9
DRURYS	-	-	-	-	4
FRANGELICO	-	2	3	4	4
NEGRONI	-	2	3	4	4
OLD EIGHT	-	-	-	-	4
SAGATIBA CRISTALINA	2	3	4	5	6
SAGATIBA RABO DE GALO	-	2	3	3	4
SKYY	2	3	4	5	6
WILD TURKEY	-	2	3	4	4



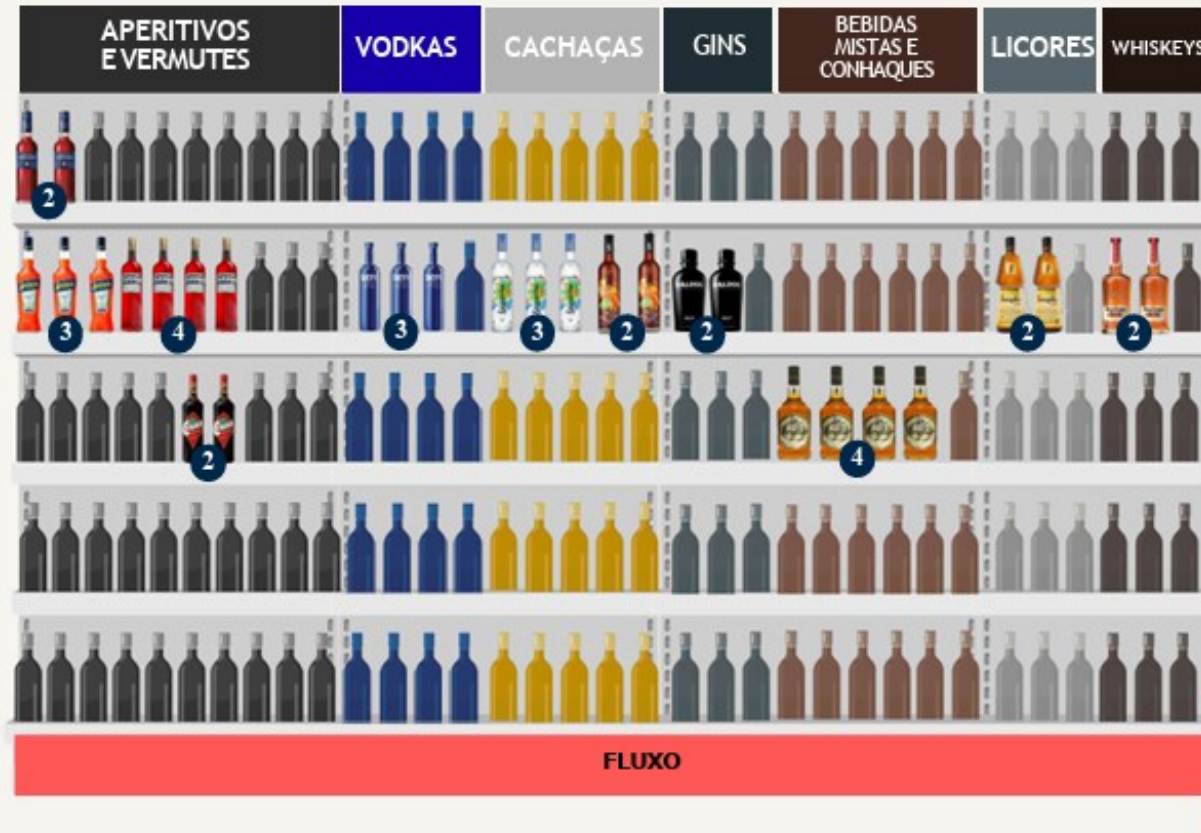
OFF TRADE

5-9 CHECKOUTS

SUPERMERCADO



Núm de Frentes
obrigatório



OFF TRADE

10-19
CHECKOUTS

HIPERMERCADO

VOLTAR
AO
INÍCIO

Num de Frentes
obrigatório



FLUXO

OFF TRADE

20+
CHECKOUTS

HIPER+

VOLTAR
AO
INÍCIO

Núm de Frentes
obrigatório



FLUXO

OFF TRADE



Ponto Diamante



O nível dos olhos e das mãos são as regiões mais estratégicas de um ponto de venda.

É onde o shopper mais olha e interage, enquanto as extremidades inferiores recebem menos atenção.

*Posicionar o produto nestas regiões com inteligência, **melhora a experiência e aumenta as vendas/taxa de conversão.***



**Altura dos
olhos**



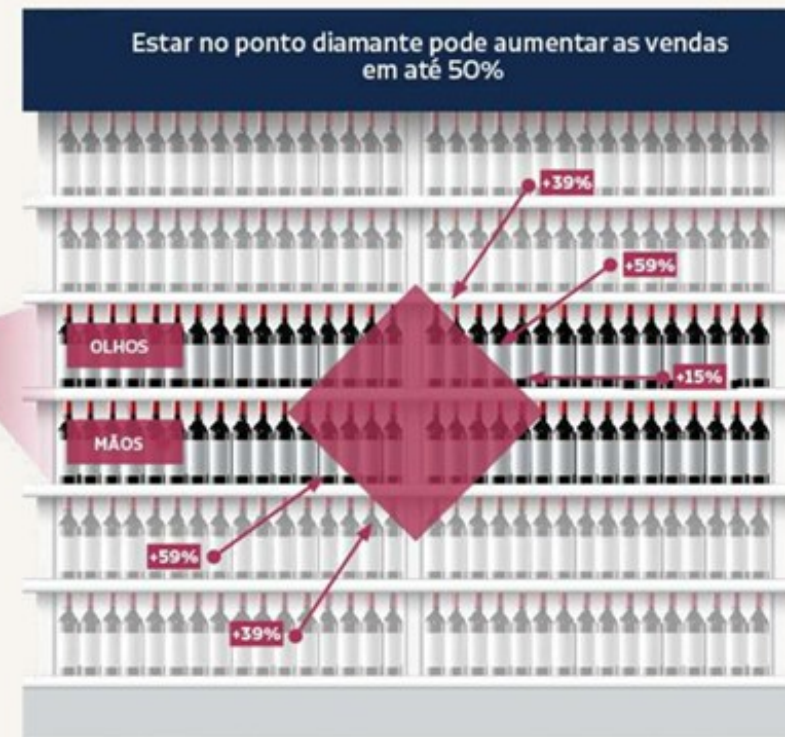
Maximiza a visibilidade e a percepção de valor. É o ponto focal primário, ideal para produtos Premium, lançamentos e para estimular a venda por impulso e desejo.



**Altura das
mãos**



Facilita o acesso físico e a ergonomia. É a área de maior conversão motora, ideal para produtos de alto giro, líderes de volume e itens de reposição frequente.



OFF TRADE

Olhos



VOLTAR
AO
INICIO

Mãos



OFF TRADE

Exposição Blocada

BLOCAR o produto é organizar as prateleiras de forma eficaz, agrupando todas as garrafas da mesma marca para formar um "muro" visual, em vez de deixá-las dispersas.

4 motivos do porque brigar por isso em loja:

- **Atração Visual:** Organizar produtos por cor, como SKYY azuis e Aperol laranjas, cria um "farol" que chama a atenção do cliente.
- **Autoridade:** Produtos organizados transmitem liderança e confiança; um bloco grande sugere que a marca é forte e popular.
- **Agilidade para o Cliente:** Agrupar produtos facilita a localização, evitando que o cliente desista ou opte por concorrentes mais acessíveis.
- **Defesa de Marca:** Um bloco sólido protege seu espaço, dificultando que concorrentes desloquem seus produtos.



OFF TRADE

APeRoL SPRItz

- EXECUTE JUNTO COM ESPUMANTE E ÁGUA COM GÁS

ESPUMANTE
BRUT
DISPONÍVEL
NA LOJA



10% 80% 10%

SPAGHET

- EXECUTE JUNTO CERVEJA LAGER LEVE



70% 30%

GARIBALDI

- EXECUTE JUNTO COM SUÇO DE LARANJA



85% 15%

CAMPARI TÔNICO

- EXECUTE JUNTO COM LATAS DE SCHWEPPEs TÔNICA



85% 15%

NEgroNI

- EXECUTE JUNTO COM BULLDOG E VERMUTE ROSSO



VERMUTE
ROSSO
DISPONÍVEL
NA LOJA

80% 10% 10%

CAMPARI SPRItz

- EXECUTE JUNTO COM ESPUMANTE PROSECCO E ÁGUA COM GÁS



ESPUMANTE
PROSECCO
DISPONÍVEL
NA LOJA

80% 10% 10%

Sky CITRUS

- 50ml DE SKYY
- SCHWEPPEs CITRUS



70% 30%

CAIPIroSkA

- EXECUTE JUNTO COM LIMÕES OU REFRIGERANTE DE LIMÃO



80% 20%

MOSCOW MULE

- EXECUTE COM SCHWEPPEs GINGER ALE



90% 10%

SAGACItRUS

- EXECUTE JUNTO COM SCHWEPPEs CITRUS



70% 30%

CAIPIRINHA

- EXECUTE JUNTO COM LIMÕES



UTILIZE DISPLAYS DE
CHÃO

CARAJILLO ITALIANO

- EXECUTE JUNTO COM CAFÉS



CAFÉ
GOURMET
DISPONÍVEL
NA LOJA

90% 10%

OFF TRADE

APeRoL



EXECUTE JUNTO COM:



QUEIJOS
ESPECIAIS



PEIXES



BATATA FRITA
CONGELADA

CAMPARI



EXECUTE JUNTO COM:



ITENS P/
CHURRASCO



ITENS P/
FEIJOADA



FRUTAS

SKYY



EXECUTE JUNTO COM:



ITENS P/
CHURRASCO



ITENS P/
FEIJOADA



FRUTAS

SAGATIBA



EXECUTE JUNTO COM:



ITENS P/
CHURRASCO



ITENS P/
FEIJOADA



FRUTAS

CYNAR



EXECUTE JUNTO COM:



ITENS P/
CHURRASCO



ITENS P/
FEIJOADA



SNACKS

FrANGELICO



EXECUTE JUNTO COM:



CHOCOLATE



QUEIJOS
ESPECIAIS

BULLDOG



EXECUTE JUNTO COM:



CARNES
NOBRES



PEIXES



QUEIJOS
ESPECIAIS

WILD TURKEY



EXECUTE JUNTO COM:



CARNES
NOBRES

OPORTUNIDADE

VOLTAR
AO
INÍCIO

A partir de agora, nossa execução ganha um novo nível. Além da gôndola, será classificada como ponto extra, o Espaço Frio.

O objetivo é colocar Campari e/ou Aperol na geladeira. Sabemos que não é uma tarefa fácil, mas é onde transformamos intenção de compra em consumo imediato.

PORQUÊ FUNCIONA?

A geladeira não é apenas um lugar de armazenamento, é uma vitrine de conveniência. Para aperitivos como Campari e Aperol é um movimento tático de alto valor, pois ataca diretamente a ocasião de consumo imediato.

ESPAÇO FRIO



GELADEIRA

PRONTO PARA O DRINK?



O shopper de destilados quer praticidade. Ao encontrar o produto gelado, eliminamos a espera dele ter que aguardar o produto gelar para consumir.

CROSS-COOLER



Estar no frio coloca nossas marcas ao lado dos mixers (tônica, espumante e água com gás). Facilitamos a vida do cliente: ele pega tudo em um só lugar.

COMO CONQUISTAR?

VOLTAR
AO
INÍCIO

ARGUMENTO
(GERENTE OU
ENCARREGADO)



"Chefe, o Aperol e o Campari gelados aumentam o giro das suas tônicas e espumantes que já estão aqui. É venda casada garantida e aumento do ticket médio da sua loja."

DICA
BÔNUS

Foco em "Prova Social e Escassez"

O cérebro busca validação no que outros "líderes" estão fazendo. Mencione que este é um projeto selecionado para as lojas de maior performance da região. Ao dizer que 'poucas unidades têm esse privilégio', você ativa a Escassez e o desejo de pertencimento, fazendo com que o gerente queira o projeto para elevar o status da própria loja.

Se a loja permitir

1

Busque espaços próximos às cervejas premium ou águas tônicas. É ali que o nosso público está olhando.

2

Produtos prioritários:



3

A geladeira é um espaço altamente disputado. Nosso objetivo é oferecer conveniência, ative de 2 a 3 frentes apenas. Se houver grande retorno, o Gerente te acionará para ampliar os espaços.

4

Deixe somente o produto. Evite ativar gargaleiras ou qualquer outro tipo de MPDV que não seja preparado para este tipo de ambiente.

REGRAS DE OURO

VOLTAR
AO
INÍCIO

MATERIAL

DIRECIONAL

GARGALEIRAS		DEVE SER ATIVADA SEMPRE EM TODAS AS GARRAFAS SEM EXCEÇÃO. POSICIONE ACIMA DO RÓTULO PARA QUE NÃO HAJA SOBREPOSIÇÃO DO NOME DO PRODUTO.
PACKS		PRIORIDADE TOTAL PARA ATIVAÇÃO EM PONTOS EXTRAS. EVITE ATIVÁ-LOS NOS PONTOS NATURAIS E EM LOJAS QUE ESTEJA OCORRENDO TROCA DE BRINDES.
DISPLAY DE CHÃO		ABRA AS CAIXAS DO PRODUTO E ATIVE DIRETAMENTE ACIMA DO MATERIAL MONTADO. UTILIZE O DISPLAY COMO FORMA DE CATALISADOR DE VOLUME, FOI PROJETO PARA SELL-OUT E INCREMENTO DE VOLUME.
CUBO		ATIVE PRIORITARIAMENTE NOS PONTOS EXTRAS. POSICIONE SEMPRE DE MANEIRA COMPLEMENTAR E COESA NA EXECUÇÃO, SEM QUANTIDADES EXAGERADAS PARA NÃO POLUIR O VISUAL.
RÉGUA DE GÔNDOLA		ATIVE SEMPRE JUNTO A POSIÇÃO ATUAL DO PRODUTO, DE PREFERÊNCIA SEMPRE NA ALTURA DOS OLHOS

MATERIAL

DIRECIONAL

CLIP-STRIP		ATIVE SEMPRE AO LADO DE APEROL COMO PARTE DE CROSS-MERCHANDISING, SUGERINDO O DRINK
CARTUCHO		PRIORIDADE PARA LOJAS ONDE O PRODUTO É CONFINADO, POSICIONE DE 2 A 3 CARTUCHOS NO PONTO NATURAL ENQUANTO O PRODUTO ORIGINAL FICA NO CONFINADO.
CANTONEIRA		PRIORIZE A ATIVAÇÃO NAS PONTAS DE GÔNDOLA
DISPLAY DE CHÃO PERSONALIZADO		MEDIANTE NEGOCIAÇÕES COMERCIAIS, APÓS ISSO, ATIVE EM ESPAÇOS DE ALTO FLUXO NA LOJA, COMO ENTRADA E MEIO CORREDOR.

OFF TRADE

Preço Ideal

IMPORTANTE

Caso a loja estiver fora do preço ideal, mantenha a sua execução precificada apenas com etiquetas, evite cartazes e explosivos!

	PRODUTO	PREÇO RECOMENDADO	PREÇO PROMOCIONADO		PRODUTO	PREÇO RECOMENDADO	PREÇO PROMOCIONADO
748ml		R\$ 55,90	R\$ 50,31			R\$ 159,90	R\$ 143,91
998ml		R\$ 68,90	R\$ 62,01			R\$ 147,90	R\$ 133,11
		R\$ 62,90	R\$ 56,61			R\$ 157,90	R\$ 142,11
750ml		R\$ 32,50	R\$ 29,25			R\$ 179,90	R\$ 161,91
980ml		R\$ 36,70	R\$ 33,03			R\$ 30,90	R\$ 27,81
		R\$ 32,90	R\$ 29,61			R\$ 20,90	R\$ 18,81

EXEMPLOS:
PONTOS EXTRAS E EXECUÇÕES

OFF TRADE



OFF TRADE



OFF TRADE



OFF TRADE



OFF TRADE



OFF TRADE



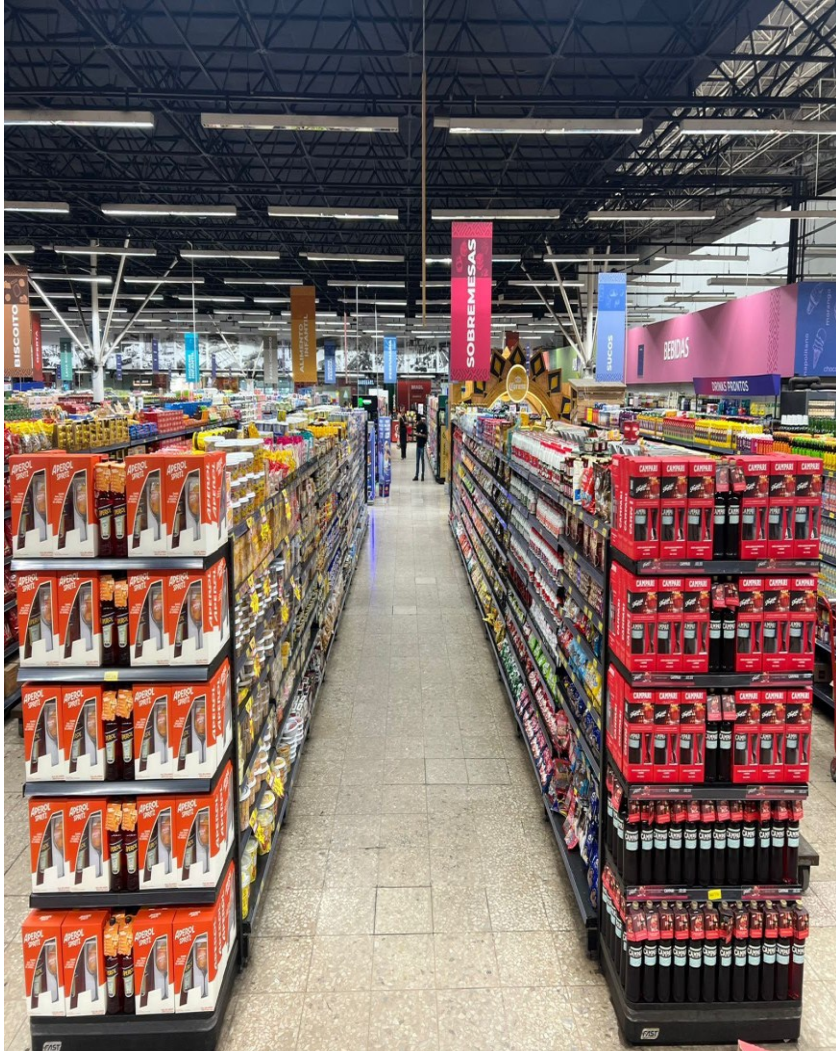
OFF TRADE



OFF TRADE



OFF TRADE



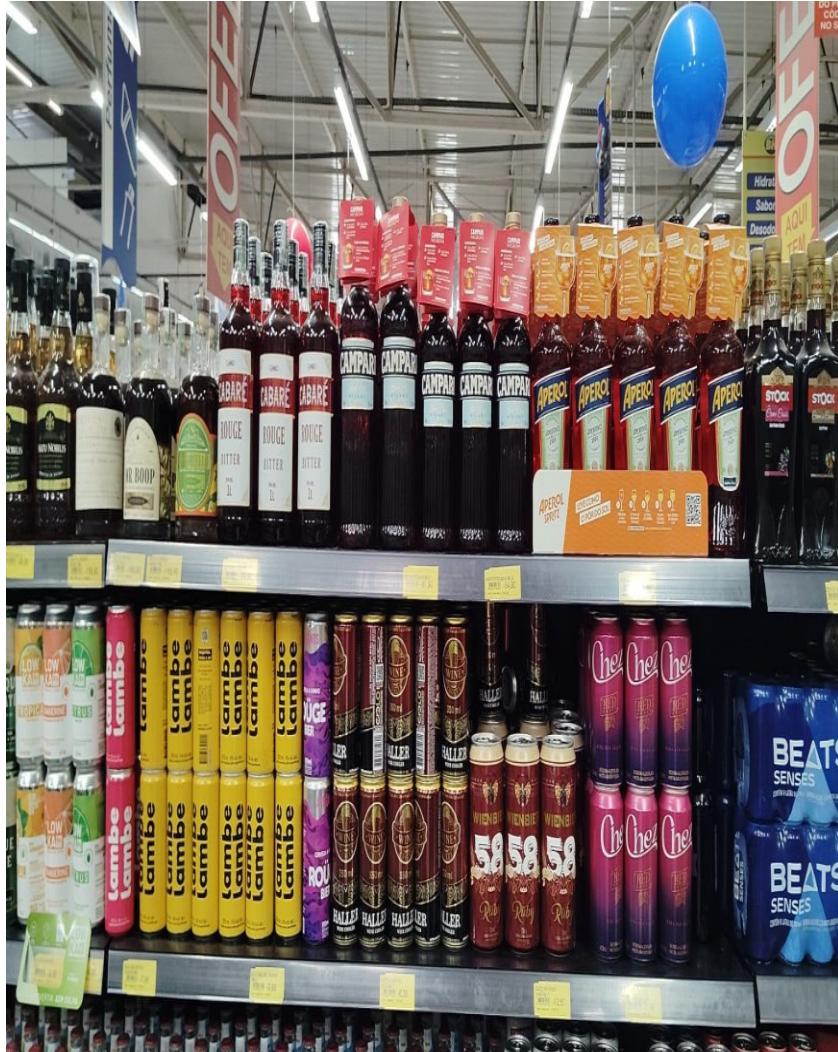
OFF TRADE



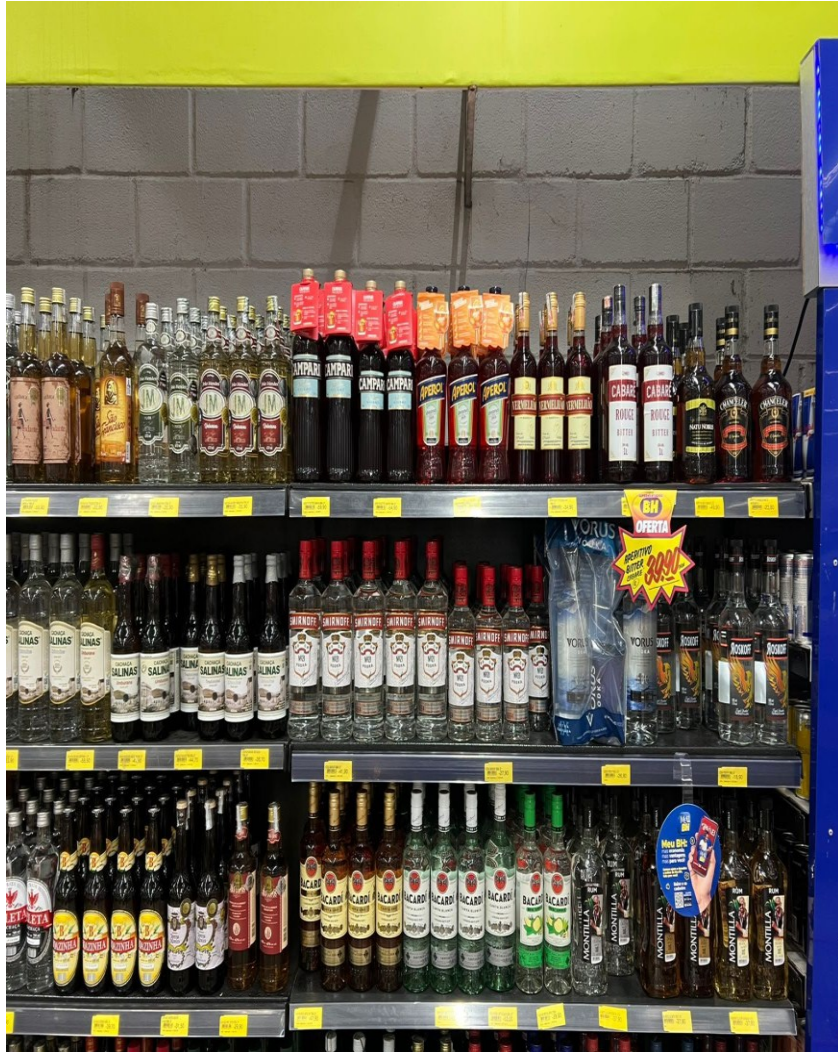
OFF TRADE



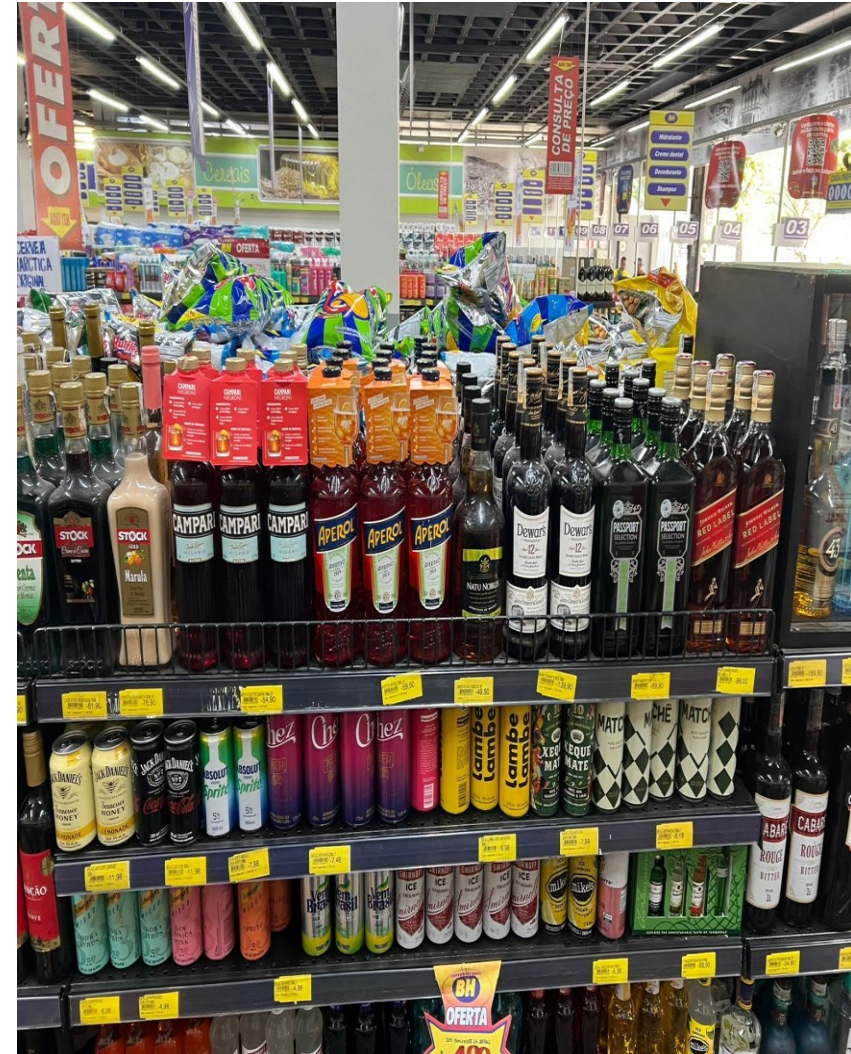
OFF TRADE



OFF TRADE



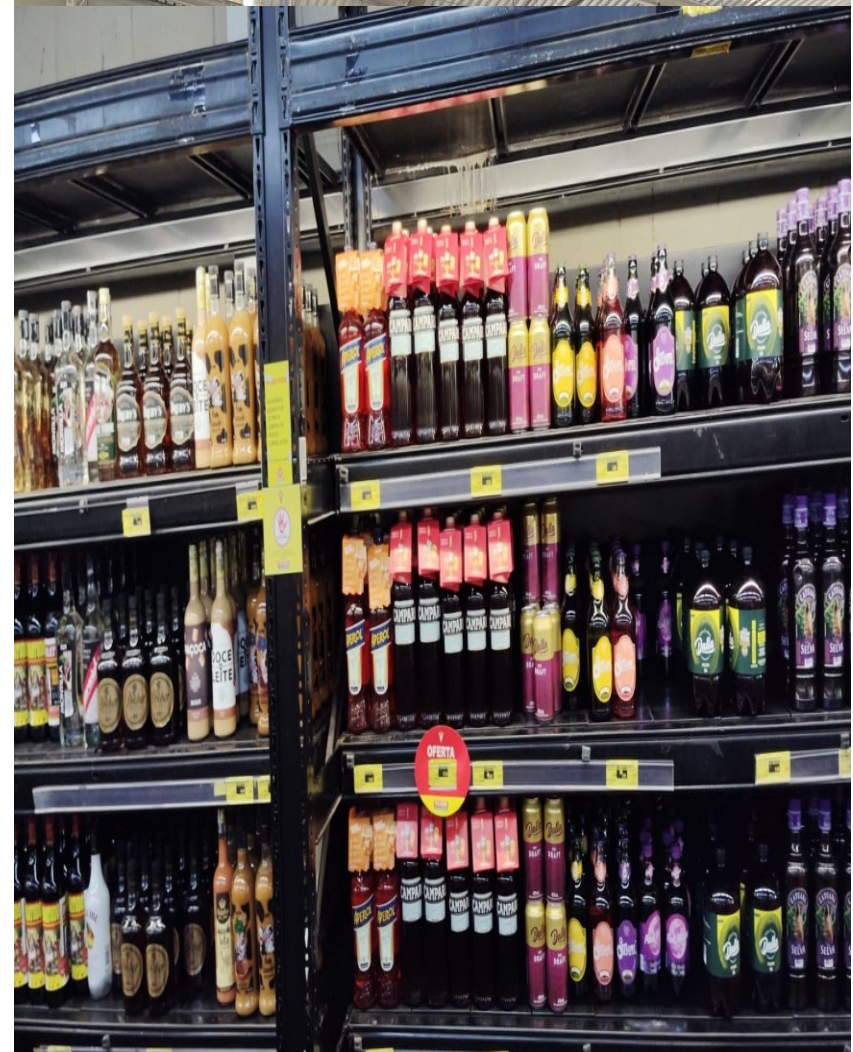
OFF TRADE



OFF TRADE



OFF TRADE



OFF TRADE



FOTO DE EXCELÊNCIA

Para fechar com chave ouro com a nossa execução, precisamos gerar visibilidade, segue abaixo o modelo a ser praticado ao postar sua foto no grupo oficial:



EXEMPLO DE DESCRIÇÃO

REDE - Supermercados BH

LOJA - Santa Terezinha

ENDEREÇO -

CNPJ -

PROMOTOR(A) -

COORDENADOR(A) MERCHAN -

SUPERVISOR(A) VENDAS -

**AGORA É COM VOCÊ,
O CÉU É O LIMITE !**

**SOMOS TODOS
CAMPARISTAS**

