

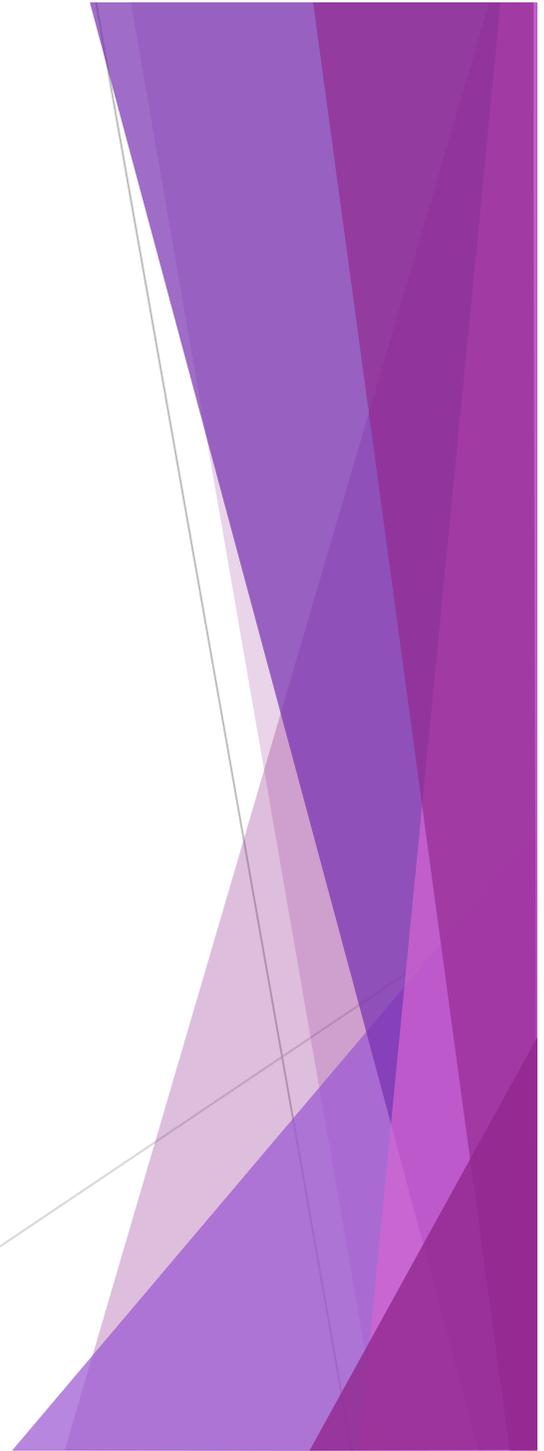


Aster

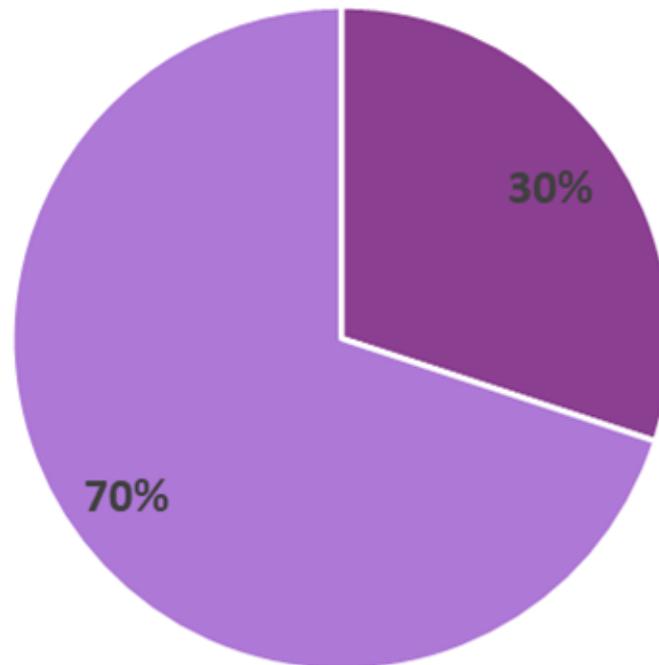
Promoções e Merchandising

O mercado evolui constantemente.

Ocorrem lançamentos e alterações de produtos diariamente.

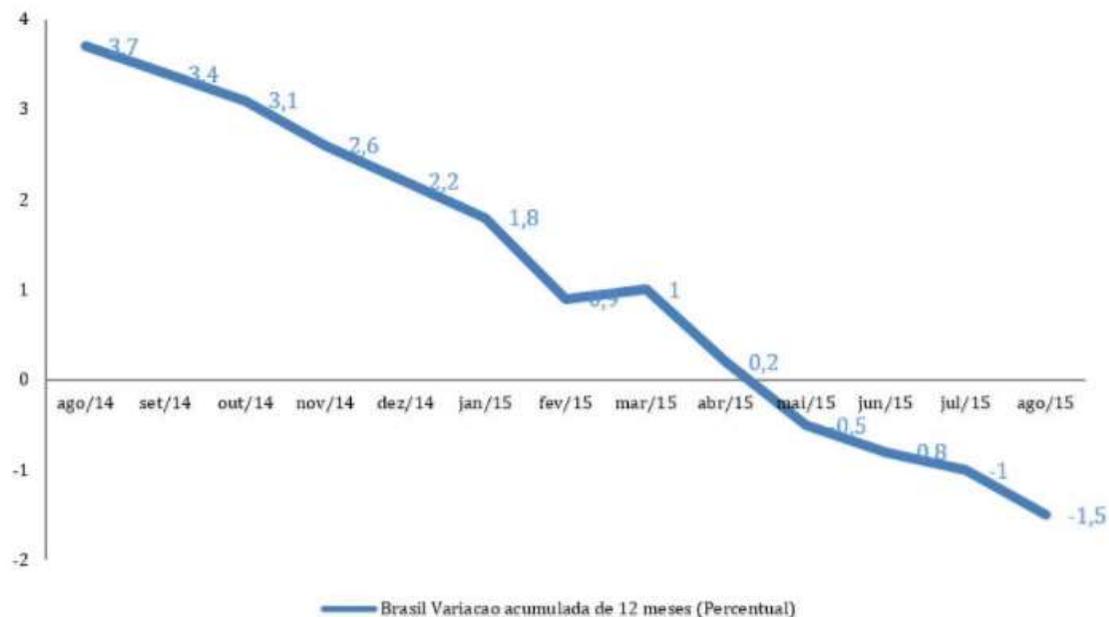


Pesquisa Nielsen aponta que 70% das decisões de compra acontecem no PDV (15/06/2016).



Estes estudos comprovam a importância das atividades de merchandising, ou seja, das ações promocionais que precisam ser realizadas dentro da loja, visando assim estimular o impulso de compra dos seus clientes.

Em 2015 pesquisa mostra desaceleração no comércio varejista.



fonte IBGE, tema COMÉRCIO, sub-tema ÍNDICES MENSIS DO COMÉRCIO VAREJISTA, período Ago/14 a ago/15.

Neste contexto, o ponto de vendas se torna o principal centro das atenções de todo o setor varejista, pois é nele que a decisão de compra é exercida pelo consumidor. É neste território que o consumidor coloca em prática o seu inegável poder de decisão.

Aster

Promoções e Merchandising

- ▶ Considerando os últimos 12 meses, as vendas registraram alta de 1,1%.



- ▶ O comércio varejista do Estado de São Paulo faturou R\$ 50,3 bilhões em março, alta de 4,3% na comparação com o mesmo mês de 2016.



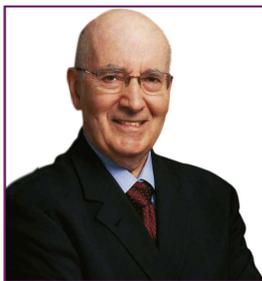
Os dados são da PCCV (Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista no Estado de São Paulo), realizada mensalmente pela FecomercioSP (Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo), com base em informações da Sefaz-SP (Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo) Site: Supermercado Moderno em 14/06/2017.

Desafio

- ▶ Chamar a atenção do cliente para o produto;
- ▶ Ajudar o cliente na decisão de compra.



Kotler (2002) define merchandising como sendo a atividade que procura acompanhar todo o ciclo de lançamento de um produto, desde sua adequação pra os PDVs (imagem, embalagem, compra, preço, volume, materiais promocionais) até o controle de sua performance mercadológica diante dos consumidores.



Philip Kotler é um distinto professor universitário de Marketing Internacional na Kellogg School of Management na Universidade Northwestern (Illinois/EUA).

Traçando Objetivos:

Para isto acontecer é necessário um longo caminho, que pode ir desde:

- ▶ a **pesquisa de campo;**
- ▶ desenvolvimento do produto;
- ▶ relacionamento com cliente;
- ▶ exposição correta do produto.

Planejamento:

A Aster foi planejada pensando nas atuais exigências do mercado:

- ▶ Melhorias;
- ▶ Demandas;
- ▶ Inovação.



Missão

Prestar um serviço de qualidade, atendendo as expectativas dos clientes, através do fortalecimento do relacionamento, com profissionais qualificados, proporcionando crescimento, rentabilidade e satisfação para todos.

Visão

Ser líder na região que atua, como a melhor empresa prestadora de serviços.



Valores

- ▶ Respeito
- ▶ Colaboração
- ▶ Objetividade
- ▶ Resultado



Objetivos

Garantir a execução e evolução no PDV, conforme as melhores praticas de mercado.



Diferenciais

- ▶ Controle sobre a frequência dos promotores;
- ▶ Gestão de distribuição de materiais;
- ▶ Pesquisas e relatórios detalhados;
- ▶ Know-how na área de Super e Hiper mercados.

Equipe



- ▶ Atuação pró ativa e eficiente;
- ▶ Atenção e cuidado com os produtos (no abastecimento);
- ▶ Focada no bom relacionamento interpessoal.

Aster

Promoções e Merchandising

Nosso Trabalho



Área de atuação

Atendemos Porto Alegre e Região Metropolitana.





Contato:

Elaine Kolinski

Aster Promoções e Merchandising Eireli - ME

(51) 99302-4890

elaine@asterpromo.com.br

www.asterpromo.com.br

CNPJ: 27.557.572/0001-22