

### Merchandise - Viaturas

#### Objetivos Gerais

Dotar os participantes de métodos, técnicas e procedimentos que melhorem as competências no domínio de merchandising

#### Objetivos Específicos

- Posicionar a Empresa na matriz de percepção dos clientes;
- Definir o processo de Compra e as suas etapas;
- Identificar os principais pontos de relação e percepção das necessidades do cliente;
- Descrever as funções de merchandising e sua função como auxiliar de venda.

#### Destinatários

- Gerentes e Tecnicos de Merchandising
- Colaboradores dos locais de venda.

#### Carga Horária

8horas + 4 horas

#### Conteúdo

##### **1. A marca**

- Identidade.
- Notoriedade.
- Valores.

Exercício: Posicionar a Citroen na matriz de percepção dos clientes.

##### **2. O processo de compra**

- 5 passos do processo de compra.
- O momento da compra.
- A compra por impulso (o auxilio do local e experiência de venda).
- Qualidade do serviço.

Exercício: Como compram os clientes Citroen.

### 3. Relação com o cliente e otimização da venda.

- Compreender as motivações de compra.
- Adequação do comportamento do atendedor.
- Venda Consultiva.
- Comunicação verbal e não verbal.
- Apresentação da viatura.

Exercício: Diferentes abordagens a diferentes clientes.

### 4. O merchandising como auxiliar à venda.

- Conceito. Importância e objetivos.
- O ponto de venda.
  - Localização.
  - Diversidade.
  - Zona de atração.
  - Circulação.
  - Animação.
- Organizar a loja.
  - Conceito.
  - Apresentação.
  - Otimização.
- O sortido da oferta.
  - O quê e como apresentar.
  - Campanhas e Promoções.
  - Materiais e técnicas

Exercício: Esquema da sua loja e proposta de merchandising.

**Observação:** Oportunamente indicaremos o conteúdo programático e as metodologias pedagógicas da segunda sessão (4 horas), agendada para Dezembro.