

## **Título: Enigmas do consumo...**

Como se assegurar de que todas as mensagens estejam no local apropriado. Como criar cartazes que as pessoas leiam? Como criar mostruários que atendam a todos esses clientes e como assegurar que cada perfil de clientes percorra e deseje percorrer toda a loja?

O perfil do público de uma livraria de um shopping, por exemplo, muda a cada período. Pela manhã, a maioria dos clientes é idosa, além de mães com carrinhos de bebê. À tarde, o público é formado por adolescentes saindo da escola, de modo que deveria haver livros sobre esportes, música pop e outros assuntos de interesse dessa faixa etária. Após as dezoito horas, mais mudanças, agora com o pessoal que sai dos escritórios, com um perfil mais voltado para livros de negócios. Mudar o display a cada período fica difícil, mas que tal dispor de grandes displays cilíndricos e giratórios, os quais, dependendo da hora do dia possam exibir os livros mais apropriados.

Uma loja tem vários públicos diferentes e deve, portanto, desempenhar diversas funções, todas no mesmo local. Às vezes, essas funções co-existem em perfeita harmonia, mas em alguns casos não.

Uma revenda da Harley deve acomodar homens abastados, que buscam recuperar sua juventude comprando motos, aficionados da classe operária em busca de peças sobressalentes e adolescentes sonhadores interessados em artigos da moda com o logo da Harley. Perceba que os três grupos não têm nada haver um com o outro, e esse é o grande desafio do varejo: encontrar uma maneira de acomodar o maior número possível de clientes e suas necessidades.

Prof. Menegatti é palestrante em Vendas, Motivação e Liderança. É autor do livro "Talento - É fazer coisas comuns de forma extraordinária", dos DVD's "Campeão de Vendas" e "Administração de Conflitos".

Contatos: [www.menegatti.srv.br](http://www.menegatti.srv.br) - [menegatti@menegatti.srv.br](mailto:menegatti@menegatti.srv.br)

Siga-nos: Twitter - @profmenegatti Facebook: Profmenegatti