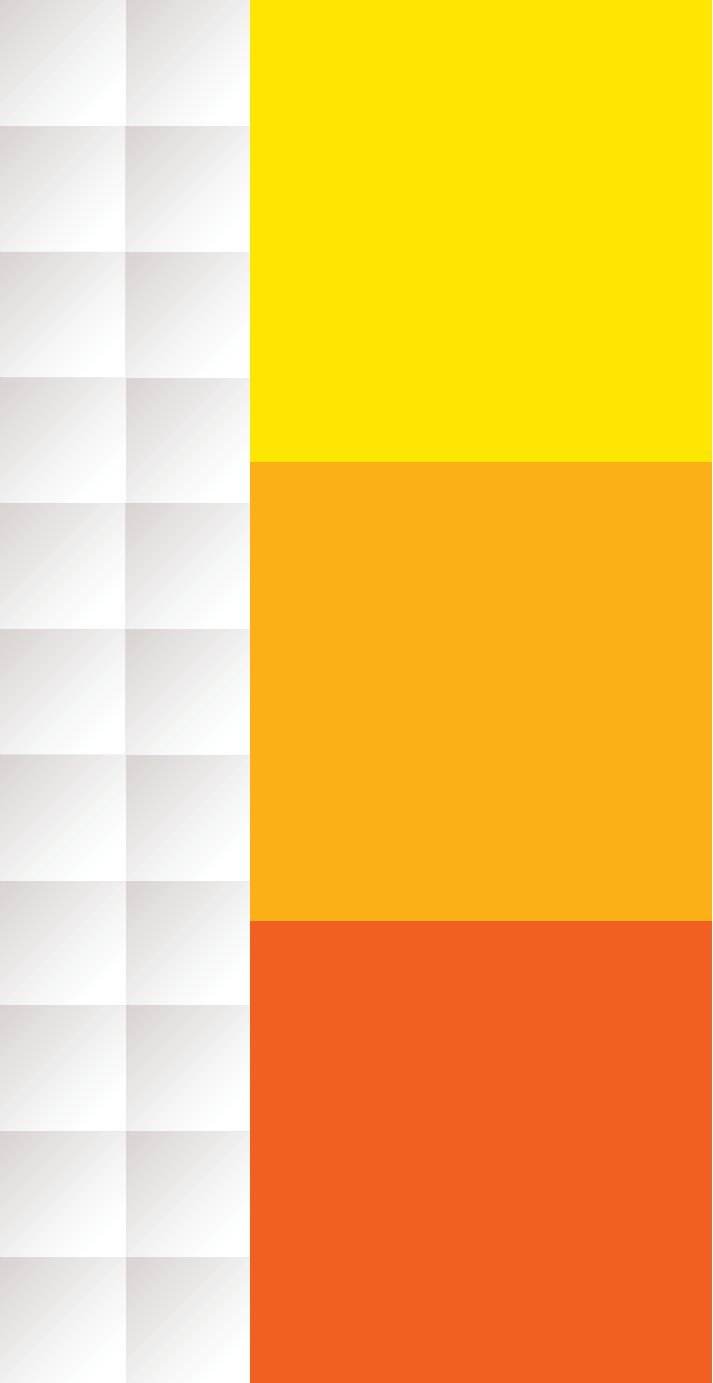


GUIA DO CARTAZISTA ELETRÔNICO:

o que você precisa saber
para melhorar as campanhas
de marketing no PDV



- 
- 03** Introdução
 - 04** O mercado não é mais o mesmo
 - 05** Cliente: o último a saber
 - 06** Cartazes: a estratégia do PDV
 - 07** O que é um cartazista eletrônico?
 - 08** Na nuvem é melhor!
 - 09** Como funciona?
 - 10** Já é hora de aderir ao cartazista eletrônico?
 - 11** Solução para comerciantes e varejistas de todos os portes
 - 12** 5 vantagens da solução
 - 13** 4 benefícios para o negócio
 - 13** Dicas
 - 14** Conclusão

Introdução

Expor o produto adequadamente no PDV de modo que atraia o interesse do shopper e alinhar as estratégias de comunicação em todos os canais é um desafio constante de qualquer porte de empresa. A missão se torna ainda maior para os negócios que contam com uma equipe de marketing reduzida e que precisam buscar alternativas viáveis para executar o plano e alcançar o objetivo.

Sempre que possível, a recomendação é investir em soluções que gerem autonomia para as empresas, sem a necessidade de negociar prazos de entrega com fornecedores ou arcar com taxas de urgência diante de uma demanda pontual. Assim, otimiza-se o orçamento, liberando recursos para ações mais estratégicas. E, finalmente, consegue atender às exigências atuais do mercado: fazer mais com menos.

Neste ebook, especificamente, vamos focar na solução cartazista eletrônico, ideal para comerciantes e varejistas interessados em reduzir os custos da operação, sem impactar nas estratégias promocionais de diferentes unidades, melhorando as campanhas do PDV e evitando erros básicos na operação.

Esperamos que as dicas te ajudem a alavancar as iniciativas da área de marketing.

Boa leitura!





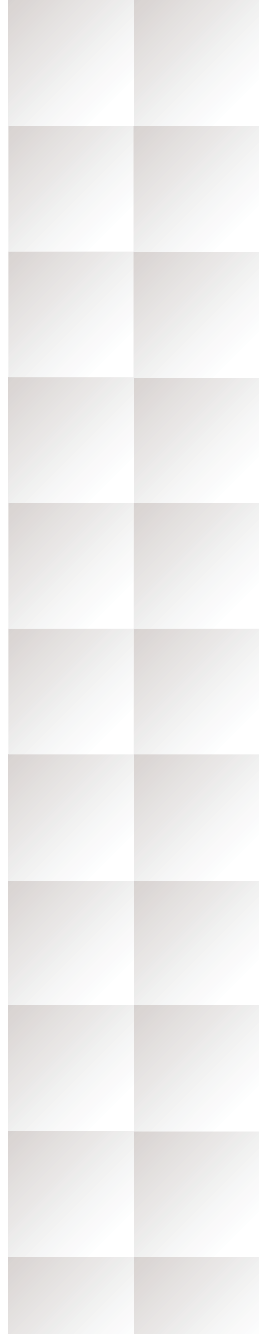
O mercado não é mais o mesmo

Centralizar promoções apenas em datas comemorativas já não faz mais sentido no comércio e varejo. É preciso ter atenção aos movimentos da concorrência e às necessidades e desejos dos consumidores, sem deixar de lado a sazonalidade do ano e o foco em ações que gerem resultados para os negócios.

A regra vale para organizações de pequeno, médio e grande porte.

No comércio e varejo, essa nova dinâmica do mercado gera impactos negativos na rotina do departamento de marketing, que precisa dar conta das demandas do dia a dia, enquanto atende às exigências diárias geradas por promoções de produtos em diferentes unidades do negócio.

Como consequência, essa sobrecarga se reflete em:

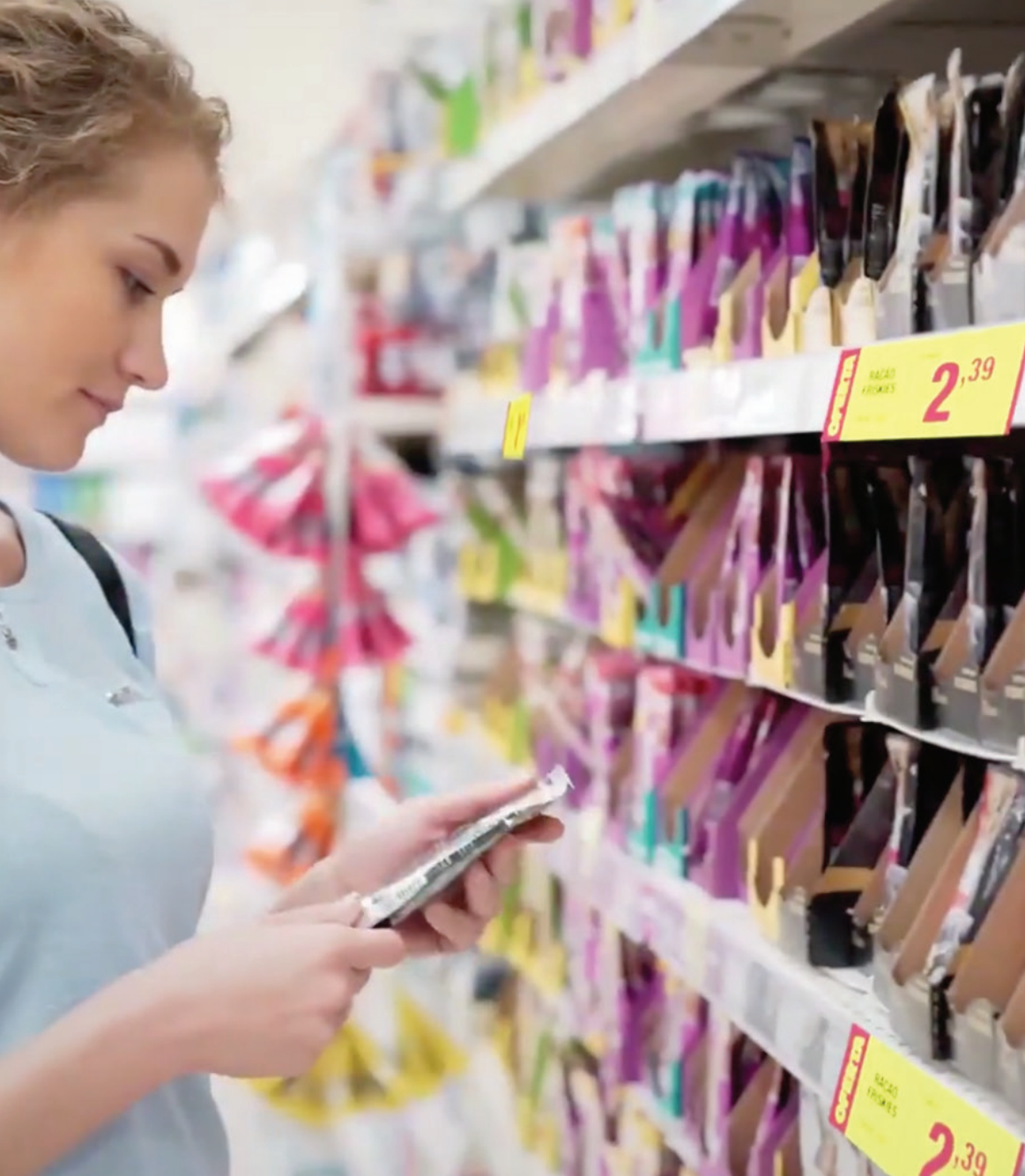
- Produtos com potencial de venda por mais tempo no estoque;
 - Falta de espaço para receber novos itens;
 - Atraso na logística da venda;
 - Perda de clientes por falta de novidades e promoções;
 - Perda de oportunidades de melhorias na receita da companhia.
- 



Cliente: o último a saber

Pior do que não ter uma promoção, é investir tempo da equipe na estruturação da oferta e não colher resultados porque:

- Os cartazes não ficaram prontos a tempo;
- As comunicações não foram distribuídas em pontos estratégicos;
- Faltaram informações nos comunicados;
- Dados dos cartazes geram mais dúvidas do que informações.



Cartazes: a estratégia do PDV

Na competição pela atenção do cliente é imprescindível que ele não tenha dúvidas sobre preços, ofertas e condições de pagamento. Considerando isso, ter cartazes no PDV é fundamental para a estratégia de vendas, pois eles:

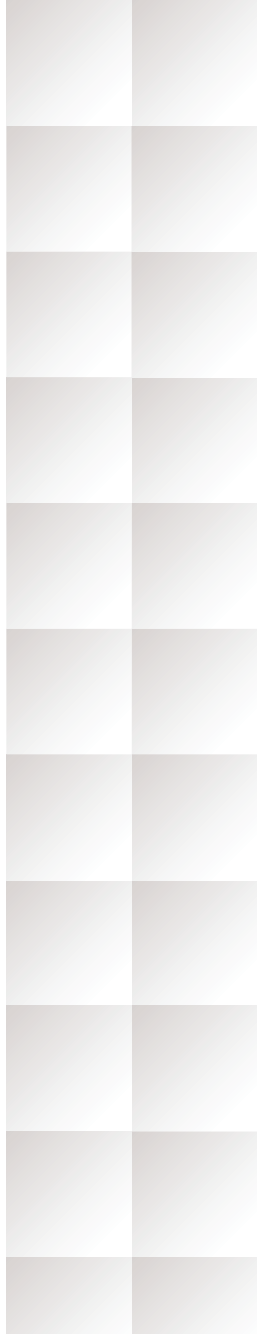
- Informam o cliente de maneira correta;
- Influenciam o consumidor na tomada de decisão diante de uma dúvida sobre compras.





O que é um cartazista eletrônico?

Trata-se de um software que, em conjunto com uma impressora de qualquer modelo, dá aos comerciantes e varejistas autonomia para criar e imprimir seus próprios cartazes de informação, oferta, promoção ou precificação, de uma forma rápida, customizada e econômica.





Na nuvem é melhor!

Na hora de escolher seu cartazista eletrônico, dê preferência para uma solução que opere em cloud computing, ou seja, no ambiente de nuvem. Esse cuidado beneficiará, principalmente, organizações que tenham lojas em diferentes localidades da cidade, do estado ou do país.





Como funciona?

Para utilizar o cartazista eletrônico, você precisa de um dispositivo com acesso à internet, papel e impressora. O software, que é autoexplicativo, permitirá:

- Cadastrar produtos e ofertas e armazenar a informação do banco de dados;
- Alterar campanhas já produzidas muito mais rápido;
- Customizar campanhas sazonais ou temas com o logo da sua loja;
- Escolher o formato mais adequado do cartaz desde fachadas até prateleiras;
- Imprimir diversos formatos na mesma folha com mais economia;
- Definir qual a forma de venda mais atrativa ou adequada à sua promoção;
- Determinar o número de impressões de cada cartaz de oferta;
- Evitar divergências de preço desde que conectado a um serviço de API.



Já é hora de aderir ao cartazista eletrônico?

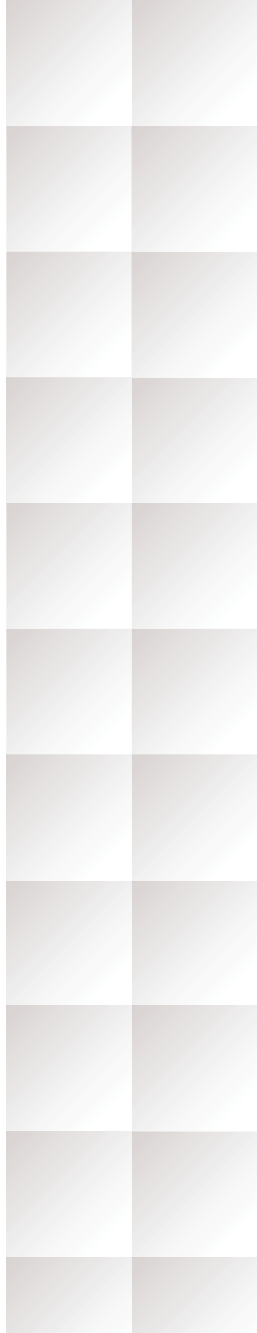
Essa é uma dúvida comum que ronda o varejista. Para fazer a escolha certa, o ideal é que a solução seja reconhecida pela empresa como uma das estratégias para otimizar a rotina dos profissionais da área de marketing. Isso se justifica pela relevância diante das necessidades de:

- Atender as demandas de lojas em diferentes localidades;
- Padronizar as promoções no ponto de venda;
- Alinhar a comunicação;
- Diminuir os custos da área;
- Desenvolver estratégias de marketing que ajudem a estimular venda;
- Tirar a sobrecarga da equipe sem a necessidade de contratação de mais profissionais;
- Ter mais assertividade na dinâmica comercial.



Solução para comerciantes e varejistas de todos os portes

Varejistas de diversos setores como Magazine Luiza, Covabra, Sacolão Saúde, Leroy Merlin, Carajás Home Center, São Jorge Shopping da Construção, já incluíram o cartazista eletrônico em suas operações. Mas, a solução pode e deve ser implementada por estabelecimentos de todos os portes. Há opções para diferentes tamanhos de PDV.





5 vantagens da solução:

1. Uniformidade dos processos - além de padronizar a comunicação do PDV de maneira que informe e não confunda, ainda evita falhas básicas na operação, como falta de preços em diversos produtos e erros de ortografia em alguns cartazes promocionais.
2. Fácil utilização - por ser autoexplicativa, a solução elimina a necessidade de treinamentos complexos para seu uso. Tenha atenção apenas para aderir a uma solução que possa ser utilizada nos principais navegadores.
3. Armazenamento das informações - os dados armazenados criam um arquivo que pode ser acessado posteriormente para possíveis edições e reimpressões.
4. Segurança dos dados - o formato cloud computing, ou seja, na nuvem, também garante que os dados estejam seguros.
5. Impressão em todos os tipos de impressoras - prefira soluções que permitam que você use a sua impressora atual ou ofereçam modelos conforme sua necessidade combinando produtividade x economia.

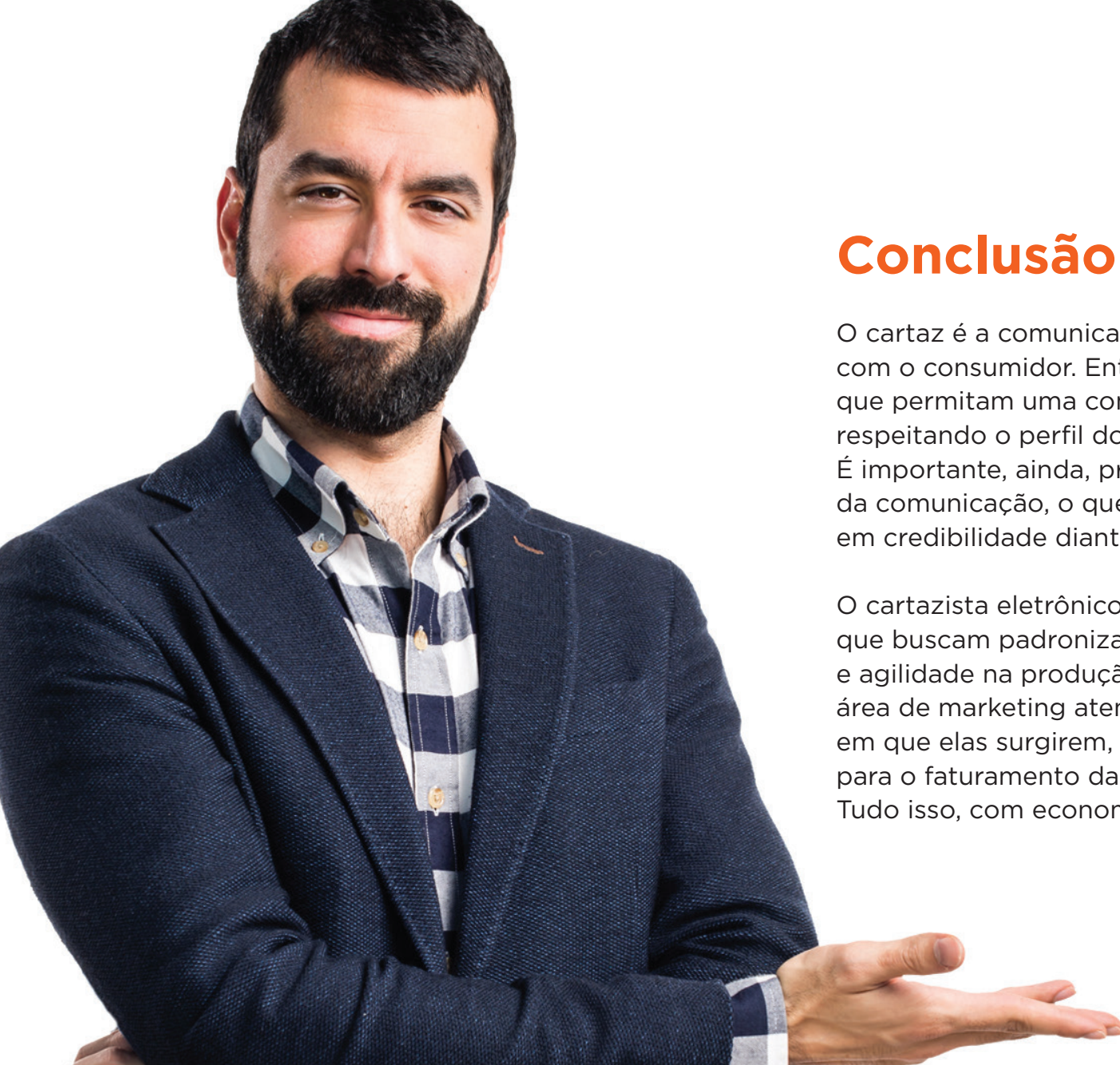


4 benefícios para o negócio

1. Diminuição do tempo gasto em precificação;
2. Impressão imediata de cartaz diante da necessidade e sem custo adicional;
3. Valorização do PDV aos olhos do cliente;
4. Economia de material.

Dicas:

- **Impressora:** caso não tenha uma impressora, considere alugar o equipamento. Com isso, você irá economizar em insumos e manutenção.
- **Suportes:** considere o uso de suportes transparentes para fixação dos cartazes de ofertas, pois assim você economiza na gramatura do papel trazendo mais organização e beleza aos olhos de seu cliente.
- **Agrupamento de formatos:** prefira opções que agrupem formatos menores em uma mesma folha. Essa é uma maneira de economizar insumos de impressão.



Conclusão

O cartaz é a comunicação do comércio e do varejo com o consumidor. Então, é fundamental investir em soluções que permitam uma comunicação clara, objetiva e informativa, respeitando o perfil do público e as necessidades do negócio. É importante, ainda, prezar pela qualidade visual do padrão da comunicação, o que faz com que a marca ganhe em credibilidade diante do cliente.

O cartazista eletrônico é a melhor opção para organizações que buscam padronização visual, mas precisam de flexibilidade e agilidade na produção dos materiais. É uma garantia de que a área de marketing atenderá as necessidades do PDV no momento em que elas surgirem, sem atrasar as ações necessárias para o faturamento da loja e sem onerar o tempo da equipe de TI. Tudo isso, com economia.

**Acesse o site www.tagsell.com.br
e saiba mais sobre essa solução**