

O que fazer para agradar os pequenos

Lojas devem ter mix variado, layout inovador e passar para as crianças e seus pais o valor correto dos produtos e serviços

O setor supermercadista começa a se preparar para um dos eventos mais importantes do segundo semestre. O Dia da Criança, 12 de Outubro, é uma excelente oportunidade para a loja ampliar a venda de diversos itens, além dos brinquedos, roupas, calçados, alimentos e guloseimas com personagens licenciados que fazem parte do imaginário infantil, e até celulares, MP3 e microcomputadores.



Produtos licenciados: foco em roupas e brinquedos

Crianças do Século 21 já apresentam traços fortes de personalidade sobre o que querem e exercem influência direta nas compras de seus pais, pela simples e boa razão de estarem, às vezes, até mais bem informadas que eles sobre as novidades do mercado. Esses consumidores passam boa parte do dia assistindo a programas de TV, principalmente desenhos animados. Os mais crescidinhos já navegam com desenvoltura pela Internet e vão definindo seus hábitos de consumo. Assim, tudo que estiver relacionado à imagem de seus ídolos e heróis fica bem mais fácil de vender. Mas é preciso que a loja se transforme no ambiente ideal para que isso aconteça.

O primeiro passo é definir a estratégia para a loja se diferenciar da concorrência, agregar valor a produtos e serviços e passar para as crianças, os pais e os avós delas percepções de valor sobre tudo o que estiver exposto na área de venda. Esse processo deve começar logo na

entrada da loja, em espaços que mostrem o que eles poderão encontrar ali e também em outras áreas, diz o sócio-diretor da Sense Envirosell, José Augusto Domingues, empresa de pesquisa e consultoria especializada em estudos mercadológicos e em comportamento do consumidor, que representa a Envirosell na América do Sul.

"Independentemente de seu porte, cada loja deve criar espaços temáticos com boa visibilidade para as

crianças, o que significa expor produtos em altura adequada. Quando a criança pega o produto, a possibilidade de compra se torna bem mais elevada, diante dos apelos que ela faz para seus pais ou acompanhantes", ensina Domingues.

Novos conceitos

Outro fator da equação que vai fazer as vendas do Dia da Criança se diferenciarem, e até mesmo se tornarem referência, é fugir da comoditização.

As ações que o supermercado adotar para o Dia da Criança também poderão transmitir conceitos de sustentabilidade, uma vez que os pais valorizam tudo o que esteja relacionado à boa educação de seus filhos. Dessa forma, os espaços da loja poderão apresentar informações sobre o meio ambiente. "Os pais latinos prezam muito questões de orientação e de boa educação destinadas aos seus filhos e

Dia da Criança



Domingues: mix deve atender diferentes estilos de vida

se engajam nesses processos", complementa.

Além de criar ilhas com brinquedos, sucos, chocolates, biscoitos e outros alimentos do gosto da criançada, o que resulta no aumento de vendas de diversas categorias, formatos de lojas maiores também podem contemplar ilhas com espaços temáticos mais específicos, destacando roupas, calçados, celulares, aparelhos de som, MP3, microcomputadores, etc.

Não se trata de expor produtos apenas com base nos conceitos de merchandising, mas também de considerar os diversos estilos de vida dos clientes de cada loja. Os presentes destinados às crianças não devem ser considerados apenas um mimo, mas uma resposta ao estilo de vida delas, que refletem valores transmitidos por programas de TV, desenhos animados e Internet.

"O grande desafio é sintonizar a oferta da loja com um mix de produtos diferenciados por layouts atrativos, práticos e criativos, que passem para os pais a sensação de que vão 'ficar bem na fita' com seus filhos. Tanto os pais quanto as crianças precisam se sentir gratificados pela compra, que, em síntese, deve ser uma demonstração de carinho. O que o supermercadista não deve fazer é criar situações com apelos apenas para o preço, pois corre o sério risco de transformar produtos ou mix de produtos em commodities", finaliza Domingues.

Produtos multimídia são os que mais crescem na preferência das crianças



Mais cotados

O supermercadista também deve se basear em informações sobre produtos licenciados para definir o mix de produtos mais adequado ao perfil de sua loja. Dados da Associação Brasileira de Licenciamento mostram que o mercado



Conceito de sustentabilidade agrada pais que prezam por produtos que ajudam na educação de seus filhos

brasileiro de produtos licenciados movimentou R\$ 3 bilhões no ano passado, número modesto se comparado ao americano, de US\$ 110 bilhões.

> A editora especializada em licenciamento, Marici Ferreira, conta que os produtos infantis com personagens como Homem Aranha registraram vendas 150% maiores nos últimos dois anos, por exemplo.

"No Brasil, os produtos mais licenciados, pela ordem, são dos segmentos de confecções, papelaria e brinquedos. Atualmente, 80% dos agentes licenciadores trabalham com produtos infantis, o que abre excelentes oportunidades para a venda de brinquedos. A vantagem é que a imagem desses produtos já está fixada na cabeça das crianças, que são muito ligadas a programas infantis e desenhos animados", acrescenta.

A coordenadora de marketing da Lider e Apoio Brinquedos, Ana Maria Liberado de Souza, diz que no segundo semestre as vendas de brinquedos aumentam principalmente por causa do Dia da Criança e do Natal, e representam de 65% a 70% das vendas anuais da empresa. Ela sugere que o supermercadista exponha bolas e brinquedos em áreas da loja juntamente com animadores e palhaços, sorteie brindes e promova concursos culturais. "O mais importante é que esses espaços transmitam espírito infantil e as exposições sejam inovadoras, atrativas e criativas."

A gerente de papelaria, brinquedos e editorial da Redibra, Carolina Otero Serrano, diz que para o Dia da Criança o foco também pode estar voltado para o segmento informática/multimídia, que é o que mais cresce na preferência das crianças. No segmento brinquedos, acrescenta, alguns dos personagens mais licenciados são Clone Wars/Star Wars, As Meninas Superpoderosas, a linha de brinquedos Simpsons e a nova bicicleta Caloi.