

# Brincar de vender

Mix competente, ações criativas e interação no ponto de venda formam o trio da alegria para encantar o pequeno consumidor em sua loja

RAQUEL PRADO

**O**s pequenos consumidores são os queridinhos da publicidade brasileira, responsáveis por investimentos de R\$ 200 milhões ao ano na categoria de itens infantis e têm poder para influenciar mais de 50% das compras de seus pais. Não brinque em serviço quando o assunto é preparar sua loja para o período que antecede o Dia das Crianças. Lembre-se de que os lucros podem ser tão vigorosos quanto a disposição infantil para brincar e que gerar atratividade no ponto de venda é o primeiro passo para conquistar esse consumidor. O professor de comunicação com o mercado da ESPM, João Matta, lembra que as crianças atuais vivem num mundo de consumo, cercadas por produtos de curta duração. São crias de uma sociedade consumista, acostumadas com muita tecnologia e estimuladas a interagir constantemente. Tantos estímulos produzem crianças espertas, ágeis e muito mais exigentes. Para atendê-los, o ambiente de vendas precisa transportar essas características, sendo interativo e dinâmico.



## DE OLHO NOS PEQUENOS

Uma pesquisa realizada em 2007 pela TNS, empresa britânica de pesquisas customizadas que há quatro anos monitora o comportamento de compra de crianças e adolescentes na América Latina, revelou que as crianças de 3 a 6 anos, apesar de não ter noção de caro/barato, são altamente impulsivas e usam o dinheiro para comprar jogos e doces. Já as de 7 a 9 anos sabem o que é caro/barato, planejam, calculam, negociam e utilizam o dinheiro para comprar roupas de grife, MP3, celulares e jogos eletrônicos.



Arquivo Giro News

## AMBIENTAÇÃO

De acordo com a consultora especializada em varejo, Regina Blessa, as ações para atrair o pequeno consumidor devem se espalhar pela loja. Estimular os cinco sentidos das crianças exige um planejamento cuidadoso. Entre visão, olfato, audição, paladar e tato, o sentido mais aguçado é a visão. Ainda segundo Regina, as crianças têm a visão mais rápida do que os adultos e são atraídas mais facilmente por embalagens, produtos e ambientações coloridas. Portanto, capriche na decoração da sua loja. "As cores e as formas utilizadas no design e na arquitetura de loja são fundamentais para atrair consumidores, especialmente crianças, muito sensíveis à cor e à luz", explica.

Além do aspecto visual do ambiente, é essencial levar entretenimento ao ponto de venda, para encantar as crianças. Essa é uma tendência forte no planejamento de ambientações especiais para os pequenos, propondo levar mais diversão na área de vendas.

## PERSONAGENS

Se você pretende eleger um personagem infantil para ser o porta-voz do Dia das Crianças na sua loja, tome cuidado na escolha. Apesar do poder de atração dos licenciados, nem tudo é mágico nesse universo. Marta, da ESPM, lembra que o vai e vem dos personagens é constante e é importan-

te ter cuidado na escolha do licenciado que vai levar sua marca, considerando que o personagem está pronto, tem estilo, personalidade própria e deve estar em sintonia com a sua marca.

Muitas marcas, como Toddy e Sucrilhos, considera Matta, resolveram investir em seus próprios personagens, criando figuras exclusivas, que carregam a marca e seus valores para todos os cantos e por anos e anos. Vale a pena pensar nisso antes de decidir quem será o seu parceiro no Dia das Crianças.

## PRESENTES

Quem tiver um pouco mais de espaço na área de vendas pode investir nos eletroeletrônicos como presentes desejados pelas crianças. Ao lado de brinquedos como carrinhos e bonecas, os celulares, máquinas digitais, videogames, MP3 e MP7 são os novos queridinhos dos pequenos consumidores, avisa o gerente de compras bazar e eletro da Coop - Cooperativa de Consumo, Edson Rodrigues Pereira. Nas expectativas da cooperativa, as vendas podem crescer entre 7% e 10% neste ano em relação ao mesmo Dia das Crianças de 2008. Além de reforçar o mix, invista também em serviços para convencer pais e filhos que sua loja é uma excelente opção para presentes infantis. Você pode começar oferecendo embalagens para presente. Disponibilizar atendentes para orientar a escolha ajuda muito.

## PROMOÇÕES COM A CARA DA CRIANÇA

Dá para promover ações incríveis para os pequenos consumidores, juntando criatividade e interação.

Converse com seus fornecedores e mãos à obra!

## OFICINA DE BRINQUEDOS

Fale com os fornecedores de iogurtes, água mineral e refrigerantes e tente trazer monitores que ensinem as crianças a transformarem essas embalagens vazias em brinquedos coloridos e divertidos.

## SEMANA DA CRIANÇA

Distribuição de pirulitos, algodão-doce, pintura no rosto, brincadeiras com palhaços são válidas para animar o ponto de venda e conquistar sorrisos de crianças e adultos.

## UM DIA NO SUPERMERCADO

Converse com as escolas do bairro e verifique a possibilidade de levar pequenos grupos de alunos para conhecerem as seções da sua loja, como padaria, açougue, frutas, legumes, verduras, estoque.