

# RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

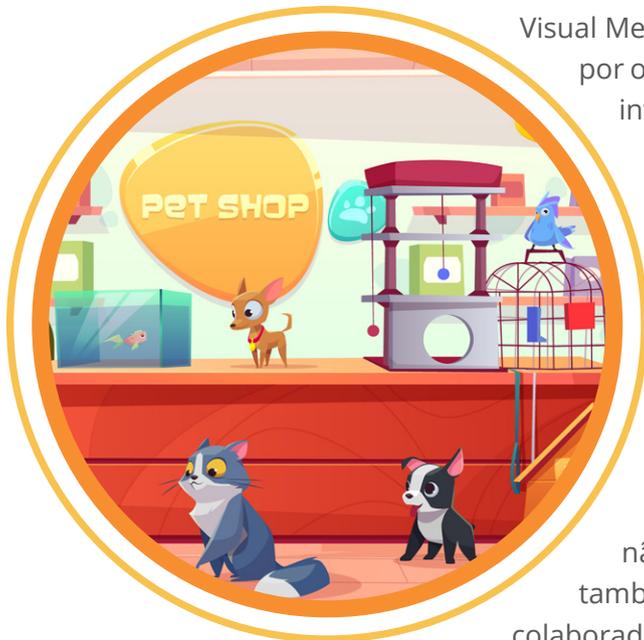
ANO 2020



PET



## VISUAL MERCHANDISING PARA EMPREENDIMENTOS DE PET



Visual Merchandising (VM) é uma ferramenta de marketing que tem por objetivo trabalhar o ponto de venda de um estabelecimento, investindo na melhor experiência do cliente, para que seja possível vender mais e melhor.

A principal ferramenta desta técnica consiste na maneira como são expostos os itens à venda, sejam eles produtos ou ilustrações de serviços prestados. Comumente associado com a utilização de recursos como gôndolas, expositores e vitrines no Ponto-de-venda (PDV), o Visual Merchandising vai além e atua também na criação de uma identidade da marca, permitindo que o cliente reconheça o estabelecimento não só pela forma como são expostos os produtos, mas também por meio da escolha de cores, mobília, uniformes de colaboradores e ambientação de modo geral.

### O BRASIL E O SETOR PET

O Brasil é o 4º maior país em população de animais de estimação no mundo. Estudo disponibilizado pela Associação Brasileira de Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet), em 2013, aponta que existem 52,2 milhões de cães e 22,2 milhões de gatos no país. Quanto ao consumo, somos o 2º maior mercado de produtos Pet mundial. Entre 2016 e 2017, o faturamento do segmento subiu quase 8% frente aos mais de R\$18,9 bilhões atingidos em 2016.

A relação das pessoas com seus animais de estimação faz com que se estabeleçam elos afetivos fortes, cuidando dos Pets como verdadeiros membros da família. O bom uso de recursos de VM contribui para que o cliente tenha uma boa percepção de valor e experiência com a marca, confiando no estabelecimento, o que faz com que esteja inclinado a consumir.

## VISUAL MERCHANDISING NOS EMPREENDIMENTOS PET

No caso de empreendimentos Pet, que atuam na venda de produtos e muitas vezes também de serviços, o desafio do Visual Merchandising é o de encantar.

Estabelecimentos que investem em Visual Merchandising podem ter vantagens competitivas sobre a concorrência. Quem possui um animal de estimação tem afeto pelo seu Pet, por isso, locais que inspirem sentimentos positivos e carinho podem ter melhores retornos. Como o seu estabelecimento está se saindo neste quesito?

Este relatório de inteligência procura apresentar aos empresários as amplas contribuições que o investimento em Visual Merchandising tem a oferecer para melhorar as vendas. Traz ainda recomendações de ações para cada tipo de empreendimento – Petshop, Pet Truck e E-commerce Pet.

### Conhecendo melhor o Visual Merchandising para aplicação em empreendimentos Pet

O cliente que procura um estabelecimento Pet pode ser afetado positivamente pelos estímulos:



VISUAIS



OLFATIVOS



GUSTATIVOS



AUDITIVOS



TÁTEIS

Esses estímulos, eventualmente utilizados no local, podem influenciar na decisão de compra do cliente e/ou consumidor, aumentar o ticket médio e contribuir para ele sair satisfeito do estabelecimento.

### Tipos de estabelecimentos Pet



**Fornecedor de Pet Food**  
Alimentos para animais de estimação



**Pet Vet**  
Produtos veterinários



**Pet Care**  
Equipamentos, acessórios, produtos de higiene e beleza animal



**Pet Serv**  
Serviços

Seja um estabelecimento de uma modalidade acima ou todas as modalidades juntas, é importante ter em mente a melhor maneira de apresentar o estabelecimento para os clientes.

Em um mercado de grande competitividade como o Pet, alguns itens podem fazer a diferença entre a escolha de um estabelecimento ou de seu concorrente, tais como:

a qualidade dos serviços

o bom atendimento

uma ambientação adequada

Fontes: O que é visual merchandising e para que serve. Disponível em <<https://www.visualmerchandisingnapratica.com/single-post/2015/03/29/O-que-%C3%A9-Visual-Merchandising-e-para-que-serve>> Acesso em 06 mar 2019; BEZERRA, C. A influência do visual merchandising no comportamento de compra do consumidor: um estudo de caso na loja Jardim de Ideia, Monografia UFRN (2017); Nasce uma nova petshop. Disponível em <<http://www.falandodevarejo.com/2017/07/nasce-uma-nova-forma-de-pet-shop.html>> Acesso em 15 mar 19

## IDENTIDADE VISUAL

A construção da identidade da marca de um negócio faz parte de um segmento de *marketing* chamado de *Branding*.

Um estabelecimento Pet pode construir uma identidade investindo em ações conjugadas de *Visual Merchandising* e *Branding*, que estão fortemente relacionados e convergem no objetivo de aumentar a identificação do consumidor com o estabelecimento.

O investimento em uma unidade visual pode causar ótima impressão para os clientes, e isso inclui:



USO DE UNIFORMES



CARTÕES DE VISITA



CORES DA DECORAÇÃO



DICA

É importante relacioná-los harmoniosamente.

## PONTOS A SEREM EVITADOS EM VISUAL MERCHANDISING PARA ESTABELECIMENTOS PET

<b>Pouca arrumação da vitrine</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Não cuidar da organização da vitrine e não mantê-la atrativa, deixando de expor produtos e comunicando ações promocionais, é um erro fácil de ser evitado.</li><li>■ A desorganização pode contar pontos na hora da decisão do cliente de entrar ou não na loja.</li></ul>
<b>Falta de atenção à limpeza</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Um espaço Pet é essencialmente um local em que circulam animais. Pelos soltos, patas sujas de lama ou terra, saliva e outros podem contribuir para um aspecto de pouca higiene no local, além de um odor desagradável.</li><li>■ Cheiros muito fortes também devem ser evitados para não causar alergia aos animais.</li></ul>
<b>Não ter mimos para os animais</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Um estabelecimento Pet precisa ter à disposição dos animais água fresca, um tapete higiênico e, por que não, amostras grátis de produtos alimentícios para que os donos deem a seus animais em casa.</li></ul>
<b>Colaboradores que não gostam de animais</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ O atendimento é um fator crucial, principalmente em estabelecimentos como esse. Os funcionários precisam estar uniformizados, ser atenciosos e orientar corretamente os clientes sobre produtos, sempre recomendando experimentações.</li><li>■ É contraindicado ter alguém no balcão que claramente não goste de animais. Tratar os clientes e os Pets com cortesia é outro item imprescindível.</li></ul>
<b>Produtos desorganizados e empoeirados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ As gôndolas de produtos devem ter sua divisão por tipo de animal sempre respeitada, assim como estar organizada e com os itens livres de poeira.</li><li>■ Neste ponto, cabe especial atenção à exposição das marcas com melhor giro entre os clientes, bem como, itens de compra por impulso que podem ser posicionados no balcão e sugeridos no fechamento da compra.</li></ul>
<b>Falta de atenção aos detalhes</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Invista em identificação emocional, tendo um ambiente acolhedor para os clientes e seus animais.</li><li>■ É interessante pensar em eventos, orientações técnicas sobre alimentação, workshops de treinamento de animais, palestras sobre comportamento animal, parceria com veterinários e outras soluções de marketing, integradas ao ponto de venda e que convidem clientes (acompanhados ou não de seus Pets) a interagirem com a marca.</li></ul>

## Como aplicar o VM no seu estabelecimento: por onde começar

O Visual Merchandising é aliado de todo tipo de negócio que disponha de um ambiente físico. Dentro do setor Pet, há aplicações diferenciadas e múltiplas que podem ser utilizadas pelos empresários como soluções de VM.

Confira algumas dicas que podem ser consideradas para atuar com o Visual Merchandising do estabelecimento:

- ✓ Fachada do estabelecimento
- ✓ Organização, estado de conservação e atratividade do ambiente
- ✓ Vitrine
- ✓ Iluminação
- ✓ Pintura e escolha das cores
- ✓ Limpeza
- ✓ Uniformes da equipe
- ✓ Exposição de produtos de produtos em gôndolas
- ✓ Estímulos sensoriais (música ambiente, perfume do ambiente, decoração, água para os animais e outros)
- ✓ Boa exposição de produtos de marcas parceiras (alimentos, produtos de higiene, brinquedos, coleiras e guias e outros itens que devem estar adequadamente organizados)



## Olhando com mais atenção para cada tipo de ambiente

<b>Petshop sem serviços de PetServ</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Invista em uma boa vitrine, com exposição adequada de produtos à venda.</li><li>■ Tenha atenção também à iluminação, que deve ser clara visando valorizar o espaço.</li><li>■ Utilize expositores de marcas parceiras com produtos em posições estratégicas para consumo.</li><li>■ Divida os produtos por cores, para animais de sexo feminino e masculino, pode ser uma solução inovadora em caso de seções com coleiras, guias e roupas.</li></ul>
<b>Petshop com serviços de PetServ</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Procure investir em uma exposição do local de higienização dos animais, com paredes envidraçadas que permitam aos tutores observarem o trabalho.</li><li>■ Importante ter atenção à limpeza e conservação dessa área, assim como à iluminação.</li></ul>
<b>Pet Truck</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Para este tipo de serviço, a inovação já é um diferencial. A adesivação do <i>truck</i> é imprescindível, com atratividade e bom gosto.</li><li>■ O espaço é restrito, por isso é importante escolher poucos e essenciais itens a serem expostos.</li><li>■ Equipe uniformizada e boa comunicação também é essencial.</li></ul>
<b>E-commerce Pet</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Não é porque o ambiente é digital que o Visual Merchandising não tem utilidade.</li><li>■ Pensar em como organizar e expor itens, respeitando todas as premissas de uma loja física, são atitudes igualmente importantes para o ambiente digital.</li><li>■ Um bom site é fundamental, com adequada divisão de produtos, boas imagens, praticidade, atendimento online para dúvidas e organização.</li><li>■ A página principal do site, neste caso, funciona como uma vitrine.</li></ul>

## Atenção aos canais digitais

Mesmo que o estabelecimento seja uma loja física, na era da multicanalidade, todo cuidado com os pontos de contato com o cliente é importante.



Os ambientes digitais são cada vez mais utilizados pelos consumidores para se relacionar com as marcas, por isso o Visual Merchandising deve ser pensado também para a internet e as mídias sociais.

### Confira algumas dicas:

- Padronize as cores em todas as mídias sociais da empresa.
- Utilize imagens que criem uma identidade do cliente com a marca.
- Utilize fontes e textos que sigam a mesma linha gráfica – um padrão que crie identidade.
- Utilize uma linguagem digital compatível com a linguagem no ambiente físico - de preferência afetiva.
- Tenha um site atraente e com conteúdo válido – horários de funcionamento, serviços oferecidos, fotos dos produtos, fotos do estabelecimento, entre outros.
- Mantenha as mídias sociais atualizadas e com imagens de boa qualidade.

## CASO DE SUCESSO

### MARCA PET COM FORTE APELO DE VISUAL MERCHANDISING

A marca brasileira Zee Dog, atualmente disponível em 25 países, tem 18 lojas próprias no Brasil e 4 em Nova York/EUA.

Fundada há 6 anos, ela investiu no conceito de identidade e expressão da personalidade do dono através dos acessórios de seu Pet.

### SOBRE A MARCA

O conceito de construção de marca, com forte apelo em Visual Merchandising, é um dos diferenciais da Zee.Dog.

Fundamentada no que chama de “lifestyle e moda” para animais de estimação, a marca investe em estampas diferenciadas e descoladas para coleiras e acessórios, com o uso de cores vibrantes nas estampas de seus produtos.

### PONTOS DE VENDAS

A Zee.Dog tem quiosques na cor preta, que contrastam com os produtos, destacando-os.

Os quiosques estão espalhados por shoppings no Rio de Janeiro, que permitem que os donos de animais escolham “presentes” para seus Pets em um passeio por esses centros comerciais, muitos dos quais já aceitam a presença de animais de estimação.

O espaço é aberto para circulação livre de pessoas, com produtos em prateleiras. No chão, além de água para os animais, há camas para que os animais deitem e descansem.



## AÇÕES RECOMENDADAS



Muitos itens em um ambiente podem gerar a ideia de confusão, e esse é um dos principais erros que alguns varejistas cometem, na ânsia de expor o máximo de produtos possível. O ideal é que a loja seja um local agradável, que transmita a sensação de organização e que seja confortável.



O Visual Merchandising é uma estratégia de destaque e imprescindível para quem quer ter sucesso em lojas físicas. As boas práticas de VM ajudam não só no sucesso das vendas, mas também na estabilização da marca no mercado e no reconhecimento da empresa.



É importante conhecer a [Resolução nº 1069, de 27 de outubro de 2014](#), que dispõe sobre Diretrizes Gerais de Responsabilidade Técnica em estabelecimentos comerciais de exposição, manutenção, higiene estética e venda ou doação de animais.



Inove criando uma *playlist* do seu estabelecimento que represente a identidade da sua marca. Leia o [conteúdo](#) que aborda como o *music branding* está incluído no marketing sensorial, considerado uma técnica para despertar sensações e emoções por meio de sentidos, como o auditivo.



Leia outros conteúdos já publicados referente ao setor Pet:

- [Moda Pet](#)
- [Pets em bares e restaurantes](#)
- [Pet Food: um mercado em ascensão](#)
- [Pet truck](#)



Mantenha o estoque sempre bem organizado, assegurando que os produtos à venda e a serem utilizados pelos profissionais nos serviços estejam na validade.



Utilize canais digitais para divulgar as iniciativas, como Facebook e Instagram, além de cadastro de estabelecimentos em sites como [Google Meu Negócio](#).



O Sebrae/RJ tem soluções que podem ajudar a sua empresa a se tornar mais competitiva no mercado. Ligue para 0800 570 0800 e agende atendimento na unidade mais próxima.



PET  
RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA  
ANO 2020

Gerência de Conhecimento e Competitividade

Gerente: Cezar Kirszenblatt

Gestora do Programa Sebrae Inteligência Setorial: Mara Godoy

Analista de Inteligência Setorial e Temática: Mara Godoy

Articulação e Disseminação Empresarial: Mara Godoy

Conteudista: Érica Bianco

Diagramação: Sigla

Entre em contato com o Sebrae: 0800 570 0800

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610). Fotos: Banco de imagens.