

de um produto faz com que os seus clientes fiquem com a imagem na memória. Quando se lembrarem da sua loja vão-se lembrar da apresentação, mas mais importante que isso é que vão associar a sua loja àquele produto.

Não seria bom que cada vez que o cliente se lembra-se de beber café imaginasse o café da sua loja?

É uma forma de promover a sua loja

Quem sabe, talvez os cliente decidam partilhar as fotos do seu produto na redes sociais.

Pode acontecer, há pessoas que gostam de partilhar tudo o que é diferente e original. É uma forma de dizerem que estão sempre atentos às novidades.

A apresentação faz aumentar a percepção do sabor

Foram feitas diversas experiências com produtos alimentares e chegaram à conclusão que a qualidade do sabor dos produtos aumenta conforme a percepção do valor dos produtos.

Numa experiência, cientistas colocaram produtos iguais, mas com

A Apresentação dos Produtos

apresentações e embalagens diferentes. As pessoas acharam que os produtos com melhor apresentação tinham melhor sabor. Isto apesar de serem exatamente os mesmos produtos.

O que isto significa, é que os seus clientes vão achar a comida e as bebidas mais saborosas se você melhorar a apresentação.

Vamos então agora analisar a apresentação dos produtos antes de serem pedidos, quando ainda estão nas vitrines ou prateleiras, e depois vamos analisar a apresentação dos produtos quando estes são entregues ao cliente.

2 – Apresentação Nas Vitrines E Prateleiras.

Este tema já foi em parte tratado no livro nº2 – *Exposição de Produtos*, mas vamos tornar a analisar este tema com novos exemplos.

A apresentação em fila.

Nos casos em que não existam muitos bolos, que não sejam suficientes para encher uma tabuleiro ou bandeja, a exposição em fila é a mais adequada.

Nesta exposição cada fila (coluna) tem um bolo diferente. Além de ser esteticamente muito agradável, permite colocar uma etiqueta ou cartaz na frente. Essa etiqueta e cartaz podem ser a descrição e/ou preço.

De seguida apresento um exemplo de exposição em fila.



Como se pode ver no caso acima, conseguiu-se fazer uma exposição atrativa, com apenas 4 a 6 produtos por cada variedade.

Intercalar bolos

No caso de bolos grandes, não devemos utilizar a regra de colocar os bolos iguais uns juntos aos outros. Isso é o que muitas lojas fazem, mas em termos estéticos não é a melhor apresentação, porque faz com que a cor não se distribua de forma uniforme.

Na foto a seguir vemos um exemplo perfeito da exposição de bolos grandes.