

Saldos, reduções e promoções

Quando se está com reduções de preços, precisamos de ter cartazes para o interior da loja a indicar isso mesmo.

Mesmo que você tenha o preço nas etiquetas riscado, e escrito o novo preço, você deverá ter cartazes a reafirmar os saldos.

Muitas lojas cometem o erro de fazer cartazes apelativos para os saldos. Mas isso é um erro. Se as pessoas virem cartazes apelativos, não vão associar o cartaz aos saldos. E o cartaz torna-se inútil.

Por isso, os cartazes de saldos, reduções, ou promoções, devem ser simples e diretos. Não devem ter muitas imagens, nem fontes complicadas, e devem ter as cores que os clientes aprenderam a identificar como de saldos – o vermelho e o branco e preto.

Em relação à fonte, escolha a fonte do tipo sans serif. Eu aconselho neste caso, que usa o tipo de letra Bebas Neue, mesmo que não seja a sua fonte escolhida. Como é uma fonte estreita e concentrada, é ideal para cartazes.

Sendo assim estes são cartazes simples de fazer.

O que escrever

Quanto ao que você vai escrever no cartaz, poderá ser apenas as palavras saldos, reduções ou promoções. E poderá acrescentar o desconto que está a praticar, ou o desconto máximo. Ou seja, colocar a palavra “até” e depois

Kit de Imagem da sua Loja de Roupas

Marca e Materiais gráficos de Lojas de Roupas

colocar “-30%”, ou a percentagem máxima que estiver a usar.

Caso o desconto seja igual para todos os produtos, deverá usar a palavra “tudo”

***Dica:** se o desconto for diferente, utilize a palavra “até”, mas coloque esta palavra com pouco destaque, ou seja com uma fonte pequena, de forma a que seja visível, mas não tenha o mesmo destaque da percentagem de desconto. Se o desconto for único, então utilize a palavra “tudo” e ponha esta palavra com uma fonte maior, de forma a que também tenha algum destaque.*



Modelos pré-feitos

Em anexo encontrará modelos pré-feitos para imprimir.

Alguns modelos não são para editar, estão em formato JPEG, e podem ser

Todos os direitos reservados

imprimidos imediatamente. O tamanho é o A3, mas pode reduzir para A4, ou outro tamanho.

Outros estão em formato DOC, isso significa que pode editar com um programa de edição de texto, alterar as percentagens, e imprimir a página que lhe interesse.

Dica: Para alterar o número do desconto, coloque o cursor entre o 5 e o 0, e faça "backspace" (retroceder), apagando o 5. Depois escreva o algarismo que quiser.

Nova Coleção

A maioria das lojas, quando muda de coleção, costuma manter parte da loja em saldos. Ou seja, uma parte da loja está em saldos, com redução de preços, e outra está já com a nova coleção, e sem desconto no preço.

Para que o cliente não se engane e leve produtos da nova coleção a pensar que terá direito a desconto, você terá que criar um cartaz onde terá escrito as palavras: Nova Coleção.

Esse cartaz pode ser colocado numa moldura de fotos, ou noutro suporte igual ao que já tínhamos visto para os preçários.

Você deve colocar tantos cartazes da Nova Coleção como o número de expositores com a roupa da nova coleção.

Como fazer o cartaz

A melhor maneira de fazer um cartaz de nova coleção, é colocar uma imagem que tenha a ver com a nova estação, e depois a frase: Nova Coleção.

Outras alternativas é colocar o logótipo da loja e as palavras Nova Coleção.

Ou ainda um objeto qualquer.

Modelos de cartaz de Nova Coleção

Em anexo encontrará cartazes de nova coleção, prontos a imprimir.

Estão em formato A4, mas pode alterar para o A5, ou outro formato.

Para o cartaz vintage, deverá utilizar papel reciclado.

Política de trocas e devoluções

A política de trocas e devoluções da sua loja deve estar num cartaz. O que eu sugiro é que coloque numa moldura e fique na parede, por trás do balcão.

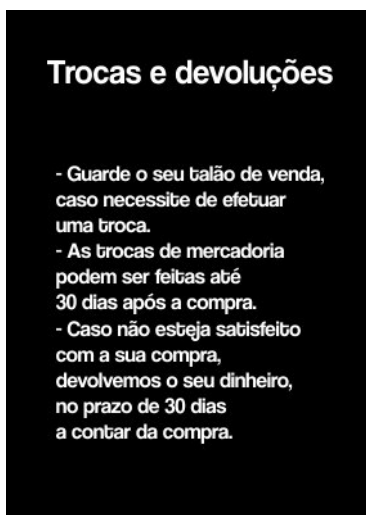
Deve ser um quadro discreto, mas que se leia bem.

A minha sugestão é um cartaz em fundo preto, e letras brancas com uma fonte serif, ou sans serif.

Kit de Imagem da sua Loja de Roupas

Marca e Materiais gráficos de Lojas de Roupas

A razão de não se utilizar um quadro com fundo branco e letras pretas, é que fica em destaque. E esta, sendo uma informação importante, não é fundamental que o cliente leia antes de tudo.



Exemplo de um cartaz de política de troca e devoluções

Estória de produtos

Caso algum dos produtos tenha uma estória, ou uma característica que seja importante contar, crie um cartaz e coloque junto ao produto.

Algumas estórias e características que pode contar:

- produtos amigos do ambiente
- tecidos técnicos especiais

Todos os direitos reservados