

	PROCEDIMENTO	
	MATERIAIS DE PONTO DE VENDA – MPDV	Identificação: PRO-TRA-009
		Versão: 01

1. OBJETIVO

Estabelecer e orientar os colaboradores na execução das etapas dos processos referentes as ações de trade quanto a Planejamento de visibilidade.

2. RESPONSABILIDADES

MATRIZ DE RESPONSABILIDADES			BELLIZ company			Áreas		
R	Responsável (aquele que executa)		TRADE	COMERCIAL	COMPRAS			
A	Aprovador (apenas aprova a execução da atividade)							
C	Consultado (Especialista ou outros Colaboradores)							
I	Informado (Deverá ser informado após a decisão ou ação)							
Entregável / Nome da Tarefa			Observação					
3.1	MATERIAIS DE PONTO DE VENDA – MPDV		R	C	C			
3.2	EXTREME MAKEOVER		R	C	C			
3.3	DEMARCAÇÕES GONDOLAS - TESTEIRAS		R	C	C			
3.4	DISPLAYS		R	C	C			
3.5	CADASTRO DE ITENS		R					

3. DESCRIÇÃO

3.1 MATERIAIS DE PONTO DE VENDA – MPDV

MPDV é sigla que refere a Material para Ponto De Venda, geralmente utilizada para todos os materiais que dão suporte para comunicar lançamentos e/ou benefícios de produtos previamente contemplados no PE nos pontos de venda onde os produtos são comercializados.

Esses materiais objetivam pulverizar ao máximo as marcas da Belliz Company no mercado através de uma gama variada de MPDV's (Material de Ponto de venda) e de displays expositores de produtos, enquanto são usados para exposição de maneira estratégica, se adaptando mix e produto para família de cada cliente e ao canal no qual atuam.

Durante o planejamento estratégico, definimos um calendário que contempla as datas estimadas de lançamentos, campanhas, datas sazonais e tudo o que influencia ou gera a demanda por esses materiais e projetos.

Sabendo disso, durante o ano, são feitos ajustes para atender a todas as demandas adequando-as à realidade.

O fluxo para desenvolvimento de cada material é o seguinte:

- Identificar de o cliente é da alta/média ponderada (clientes 2080) [POL-COM-006-XX VERBA COMERCIAL POR REGIONAL E CLIENTE 2080.](#)
- Definir quais serão os materiais que utilizaremos e se o Planejamento Estratégica ainda faz sentido considerando os fatores atuais;
- Definir as especificações técnicas de cada material para que todos os fornecedores orcem as mesmas peças e quantidades;
- Realizar os orçamentos com fornecedores através do departamento de compras ou na região em que o cliente está através do setor de Trade;
- Comprar as peças e entregar no local ou desenvolver o projeto na localidade do cliente;

	PROCEDIMENTO	
	MATERIAIS DE PONTO DE VENDA – MPDV	Identificação: PRO-TRA-009
		Versão: 01

- Distribuir as peças estrategicamente de acordo com a participação de cada RCA na categoria ou com a maior ou menor sinergia do RCA com os canais foco da categoria em questão.
- Acompanhar a instalação das peças nos Ponto de Venda - PVD e orientar possíveis discrepâncias.

3.2 EXTREME MAKEOVER

Projeto de ambientação do Ponto de Venda - PDV, que visa melhorar e ampliar exposição das marcas na loja, gerar uma experiência de consumo com a possibilidade de utilização dos produtos pelos consumidores e apresentar toda a linha de produtos aos consumidores de acordo com a marca que o extreme está expondo.

Auxiliar o cliente/loja na decisão de exposição da marca, na organização e implementação dos planogramas e com isso gerar incremento de vendas para o cliente/loja através das vendas dos produtos da Belliz Company e incentivar as compras por impulso por parte do consumidor final auxiliando a equipe comercial a expor os produtos da maneira mais adequada, gerando aumento em SELLOUT e abrindo espaço para SELLIN.

O desenvolvimento dos Extreme Makeover direciona os esforços no canal perfumaria ponderada doc clientes 2080, MIX em todas as regiões e identificamos os clientes parceiros que oferecem a possibilidade de aumentar o MIX, visibilidade e construções das marcas Belliz Company.

Estabelecemos um plano de negócios através da “Planilha de Farol” no local **BELLIZ COMPANY\BELLIZ COMPANY\Areas - Documentos\Trade MKT\CANAL PLANO DE NEGOCIO\2023** Com essa planilha, define-se os planos por regional/cliente para as metas da CIA detalhado no procedimento [PRO-COM-001-XX_DESDOBRAR METAS](#).

Para fechamento do projeto Extreme Makeover é realizado um acompanhamento do incremento de vendas oriundo da implementação das famílias trabalhadas no Extreme Makeover. Para isso é feito o ROI utilizando-se da “planilha de ROI XXX” na pasta Z COMPANY\BELLIZ COMPANY\Areas - Documentos\Trade MKT\CANAL EXTREME\2023

OBSETVAÇÃO: Os projetos são totalmente maleáveis e adaptáveis aos espaços de cada cliente e os formatos de impacto podem variar.

3.2.1 DESENVOLVIMENTO DO EXTREME MAKEOVER

Os passos abaixo demonstram o processo de estudos e desenvolvimento do Extreme Makeover, portanto são essenciais para essa atividade

1. Realizar visita técnica para identificar oportunidades de exposição dos produtos Belliz Company;
2. Elaborar a criação do projeto contendo visual + sugestão de mix aplicado a cada espaço disponível;
3. Apresentar o projeto para o cliente com sugestão de MIX e receber a aprovação para o projeto apresentado;
4. Elaborar o orçamento e acompanhamento da produção dos mobiliários junto ao fornecedor com auxílio do setor de compras Belliz;
5. Efetuar a instalação das peças e implementação dos planogramas no cliente/loja;
6. Acompanhar a evolução de vendas do cliente e estreitar relacionamento através do projeto Extreme Makeover;

	PROCEDIMENTO	
	MATERIAIS DE PONTO DE VENDA – MPDV	Identificação: PRO-TRA-009
		Versão: 01



PAINÉIS



Colunas Adesivadas com
Exposição de Material

	PROCEDIMENTO	
	MATERIAIS DE PONTO DE VENDA – MPDV	Identificação: PRO-TRA-009
		Versão: 01

3.3 DEMARCAÇÕES GONDOLAS - TESTEIRAS



Quando o caso é uma “compra de espaço”, o fluxo também é bem simples. E segue os passos abaixo:

1. Visar ganhos/demarkações de espaço dentro da própria gondola do cliente,
2. Coletar do cliente a oportunidade através do Representante Comercial Autônomo - RCA ou diretamente com Trade MKT;
3. Trade MKT avalia a oportunidade sempre considerando os seguintes pontos:
 - Quem é o cliente? (Faturamento, evolução, potencial, localização); talk
 - Por quanto tempo o espaço será nosso;
 - O mobiliário é próprio do cliente? Precisaremos pagar pelo mobiliário também?
4. Acompanha a evolução do cliente e utiliza projetos para estreitar relacionamento.
5. Analisar oportunidades através do Representante Comercial Autônomo - RCA ou diretamente ao Trade MKT.

	PROCEDIMENTO	
	MATERIAIS DE PONTO DE VENDA – MPDV	Identificação: PRO-TRA-009
		Versão: 01

3.3.1 DISPLAYS

Displays são expositores de produtos que carregam a marca institucional da empresa enquanto são usados para expor os produtos de forma estratégica de acordo com mix de cada cliente e o canal onde o material estará inserido.

Seu objetivo é marcar presença no número máximo possível de clientes com as marcas da Belliz Company através da pulverização desses materiais. Seguindo as atividades:

No Planejamento Estratégico - PE são definidos quais serão os modelos que serão utilizados durante o ano, essa definição é feita levando em consideração as famílias que serão trabalhadas com cada modelo e os canais para os quais são destinados os modelos.

Também no Planejamento Estratégico - PE, é definida o valor que será adotado para que um cliente consiga adquirir um display da Belliz Company, cada modelo possui um faturamento mínimo necessário para que o display possa ser incluído no pedido como bonificação, esse valor também muda de acordo com modelo e o canal e está descrito na política [POL-COM-006-XX_VERBA COMERCIAL POR REGIONAL E CLIENTE 2080](#).

Todos os displays utilizados pela Belliz Company são disponibilizados aos clientes em forma de bonificação segundo a política [POL-COM-005-XX BONIFICAÇÃO COMERCIAL](#).

A demanda base de quantidades mensais de displays que serão comprados é definida com base em dois fatores:

1. Histórico de saída de cada modelo nos meses e anos anteriores;

O histórico de saída dos modelos nos dá uma ideia de qual é o tipo de display mais usado em cada canal e uma ideia aproximada de quantos displays saem do CD em cada época do ano. Assim podemos nos planejar para que não tenhamos faltas nem sobras.

2. Orçamento definido para displays no PE;

No orçamento é definida a verba com a qual nós teremos que trabalhar o ano todo, é preciso ajustar o valor unitário de cada peça com os fornecedores para não estourar a verba anual.

Para balizar essas atividades, contamos com a política de displays [POL-TRA-001-XX DISPLAYS](#).

3.3.1.1 DESENVOLVIMENTO DOS DISPLAYS

Quando o Display já é de linha, ele não precisa passar por processos de desenvolvimento, nem da peça, nem do fornecedor. Basta acompanhar os pedidos, os estoques e as entregas para que não haver super estocagem nem falta.

O desenvolvimento do display segue os paços abaixo:

1. Analista de Trade Marketing descreve como deverá ser a peça contendo:

- Medidas,
- Quantidade de ganchos,
- Pintura,
- Testeiras,
- Laterais,
- Informações pertinentes ao projeto.

2. Envia as informações para os fornecedores homologados elaborar o orçamento e neste momento o setor de compras poderá auxiliá-los.

3. Analisa o preço e o lay-out de todos os fornecedores que enviaram o orçamento dentro do prazo para selecionar os fornecedores;

4. Selecionados os concorrentes, é preciso pedir que produzam um protótipo para ser analisado e após análise, ser comparado aos demais. Nesse processo de escolha, são levados em consideração:

- A estabilidade da peça (cheia e vazia);
- O layout novamente (agora com a peça física), rigidez dos ganchos e réguas (para que não entortem ou quebrem com o peso dos produtos) e a qualidade do material e da pintura;
- Rigidez dos ganchos e réguas (para que não entortem ou quebrem com o peso dos produtos);
- Qualidade do material e da pintura;
- Se a peça for aprovada pelo Gerente e Analista de Trade Marketing, pode-se dar continuidade ao processo, se não, é necessário que o Analista de Trade Marketing encaminhe os problemas encontrados de volta ao fornecedor para que este possa fazer as alterações no protótipo e apresentá-lo novamente antes do início da produção;

Aprovado o protótipo, é necessário que o Analista de Trade Marketing dê início ao processo de cadastramento de fornecedores de acordo com o procedimento [PRO-COMP-002-XX_CADASTRO DE INTENS FORNECEDORES](#).

OBSERVAÇÃO: Este processo de cadastro deve ser feito antes de solicitar ao fornecedor que inicie a produção

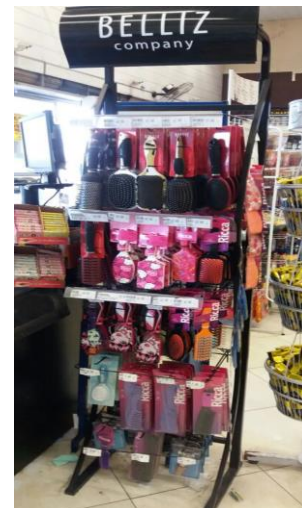
Displays
Modelo Padrão



Displays
Máscara Ricca



Displays
Modelo Padrão
no Ponto de
Venda - PDV



3.3.2 CADASTRO DE ITENS

Considerando a natureza da logística em que o Material De Ponto de Venda – MDPV será submetido e por conta da necessidade de geração de Nota Fiscal para entrega do item ao cliente/loja, é necessário cadastrá-lo como “Item Produtivo” por isso, algumas informações deverão ser consideradas e o fluxo de abertura do cadastro é o mesmo descrito no [PRO-COMP-002-XX CADASTRO DE ITENS FORNECEDORES](#) porém deverá selecionar o campo “ITEM PRODUTIVO” e seguir o fluxo de trabalho dado pelo fluig.

É necessário cadastrar o novo modelo de display com um produto para que este possa ser faturado com tal normalmente. Para isso é necessário preencher a ficha de cadastro abaixo que se encontra em G:TRADE/CADASTRO DISPLAYS.

Esta ficha contém uma série de informações técnicas sobre a peça, que devem ser preenchidas pelo Analista de Trade Marketing e mais uma série de especificações coletadas que devem ser aprovadas pelos departamentos de:

- Trade Marketing,
- Diretoria;
 - Fiscal;
 - Jurídico;
 - Qualidade;
 - Logística;
 - Importação;

4. REFERENCIAS

- N/A

5. RISCOS

- Pouca Visibilidade dos produtos Belliz Company no Ponto de Venda – PDV;
- Baixa conversão de vendas de produtos expostos;
- Falta de ação de promoção das marcas Belliz Company.

	PROCEDIMENTO	
	MATERIAIS DE PONTO DE VENDA – MPDV	Identificação: PRO-TRA-009
		Versão: 01

6. CONTROLE DE RISCOS

- Obedecer às fases descritas neste procedimento;
- Desenvolvimento de Materiais de Ponto de Vendas - MPDV seguindo planilha de Planejamento estratégico e desdobramento de meta do setor Comercial através do [PRO-COM-001-XX_DESDOBRAR METAS.](#)

7. CONTROLES INTERNOS / KPIs

- Informar aqui quais são os indicadores deste processo.
- Planilha Farol - BELLIZ COMPANY\BELLIZ COMPANY\Areas - Documentos\Trade MKT\CANAL PLANO DE NEGOCIO\2023

8. CONTROLE E RASTREABILIDADE

Identificação	Responsável	Local	Proteção	Retenção	Disposição
POL-COM-006-XX_ VERBA COMERCIAL POR REGIONAL E CLIENTE 2080.	COMERCIAL	https://sig.portalbelliz.com.br/index.php/politicas-belliz-2/	Backup	365	Eletrônica
POL-COM-005-XX_BONIFICAÇÃO COMERCIAL	COMERCIAL	https://sig.portalbelliz.com.br/index.php/politicas-belliz-2/			
PRO-COM-001-XX_DESDOBRAR METAS.	COMERCIAL	https://sig.portalbelliz.com.br/index.php/2023/09/14/procedimentos-de-comercial/			
PRO-COMP-002-XX_CADASTRO DE INTENS FORNECEDORES	COMPRAS	https://sig.portalbelliz.com.br/index.php/2023/06/30/mt011-procedimentos-de-compras/			
POL-TRA-001-XX_DISPLAYS	TRADE	https://sig.portalbelliz.com.br/index.php/politicas-belliz-2/			

9. CONTROLE DE REVISÕES

Controle de Revisões				
Revisão	Data	Principais Alterações	Elaborado por	Aprovado por
01	04/09/2023	PRIMEIRA PUBLICAÇÃO	Gisele Gomes Ger. Trade	Gino Generoso Dir. Comercial