



MPDV

O que é e como
implantar em
sua farmácia



MPDV

O que é e como implantar em sua farmácia

Não é novidade que o mercado farmacêutico está altamente competitivo. Com grandes redes buscando se ampliar e com muitos estabelecimentos espalhados por todo Brasil - são mais de 89 mil farmácias e drogarias em todo país, segundo o Conselho Federal de Farmácia¹ - é preciso usar todas as ferramentas disponíveis para garantir as vendas e a se manter relevante na comunidade.

Utilizar a própria loja como instrumento de marketing é uma opção que não exige muito investimento para ser colocada em prática. Dentro das estratégias do merchandising, que são técnicas, ações ou materiais promocionais usados nos pontos de vendas que ofereçam informação e melhor visibilidade a produtos, marcas ou serviços, com

o objetivo de motivar e influenciar as decisões de compra dos consumidores - a técnica de se empregar materiais de publicidade visual costuma ser bastante eficiente².

Ao atuar justamente no ponto de venda, o merchandising age no momento mais importante da jornada do cliente: a hora da compra. Justamente por isso, em estabelecimentos como farmácias e drogarias onde o autosserviço é cada vez mais comum, investir nessa técnica corretamente pode render um resultado extremamente positivo.

Como boa parte dos materiais nos pontos de venda são disponibilizados pelas empresas parceiras, há uma relação que gera frutos tanto para as marcas quanto para os varejistas. Uma vez que ao disponibilizar os expositores gratuitamente para lojas, elas potencializam suas vendas de modo que os consumidores que alegam ser influenciados no ponto de venda para levar algum tipo de produto que não tinham necessidade prévia estão acima de 70%².

Assim, o produto não basta ser bom. Ele tem que ser visto. E o que dá visibilidade ao produto são os materiais de ponto de venda³.

Os Materiais de Ponto de Venda (MPDV) fazem parte das ferramentas de merchandising amplamente usadas enquanto estratégia de fixação de marca, para anunciar novidades ou fazer girar os produtos.



Quais são os materiais de ponto de venda

Os materiais de ponto de venda podem ser definidos como tudo aquilo que é utilizado para expor ou anunciar um produto ou serviço no ponto de venda. Eles servem para lembrar, comunicar, persuadir e informar o consumidor sobre determinada ação de uma empresa, reforçando e ampliando efeitos da propaganda³.

Nesse sentido, o estabelecimento pode se beneficiar de ações de marketing de laboratórios, que oferecem material visual e até mesmo mobiliário para serem disponibilizados nos pontos de venda. Nessas parcerias, conhecidas como Trade Marketing⁴ - que são ações de empresa para empresa, realizada através de canais de distribuição, que tem como prioridade atender às demandas específicas do comprador no ponto de venda -, é importante estar sempre em contato com os representantes comerciais e também estar disposto a experimentar esse tipo de comunicação visual.



Os materiais de ponto de venda podem ser⁵:

Permanentes - ficam por um longo período no ponto de venda e geralmente são institucionais, dando destaque a marca do produto. São peças de mobiliários maiores, como as gôndolas personalizadas, prateleiras, geladeiras e cestões.

Semipermanentes - apresentam um tempo de permanência médio no ponto de venda: em torno de 6 meses a 1 ano. Servem para campanhas institucionais, sazonais ou até mesmo lançamento de produtos. Costumam ser peças modulares, como prateleiras menores, caixotes e displays de balcão.

Temporários - para ações de curto período, como um lançamento ou para incentivar a venda de algum produto sem muito giro. São geralmente produzidos em papelão e são descartados rapidamente.



Localização:

Dentro do ponto de venda, eles são disponibilizados geralmente em zonas quentes, como balcões, próximos aos caixas e corredores centrais. Ou nas prateleiras laterais, como forma de "esquentar" uma zona fria. São geralmente produzidos em papelão e são descartados rapidamente.



Conheça os MPDVs mais usados⁶:

Móviles - Feitos de um material leve são pendurados no alto e se movimentam dentro do ambiente mesmo com pouco vento. Chamam atenção rapidamente, facilitando a compra por impulso.



Réguas e Faixas de gôndola - Em papel cartonado ou até mesmo em PVC, visam atrair a atenção do consumidor para aquilo que está sendo exposto e diferenciar a marca entre os concorrentes.



Stopper - Produzido preferencialmente em plástico resistente, pode ser feito em diversos formatos e dimensões, com recortes especiais e encaixes sob medida. Tem o efeito de chamar a atenção e “parar” o consumidor para ações de marketing, geralmente para novos produtos ou promoções.



Display de balcão - Muito utilizado nos pontos de venda, feitos em variados formatos e tipos de material. Disponibilizam panfletos, revistas, amostras e produtos à venda para serem acessados facilmente pelo consumidor. Distribuídos diretamente nos check-outs, é um poderoso alavancador de vendas.



Clip strip - Geralmente produzido em polipropileno ou em poliestireno, é muito eficaz para aumentar as vendas quando instalado perto produtos que são complementares e podem ser comprados juntos, numa ação de cross merchandising. Por exemplo, dipor um clip strip de vitamina C ao lado de antigripais.



Wobbler - Peça de formato redondo ou personalizado feita em diversos materiais, com a haste em PVC transparente, geralmente fixado em gôndolas, que possibilita que o mesmo fique flutuando próximo às prateleiras, para chamar a atenção para determinados produtos. Pode destacar promoções ou funcionar como precificador.



Bandeirola - Peça gráfica que pode ser usada no ponto de venda para ajudar as marcas divulgarem seus produtos ou serviços, anunciar promoções, compartilhar ofertas e inclusive para a decoração do local.

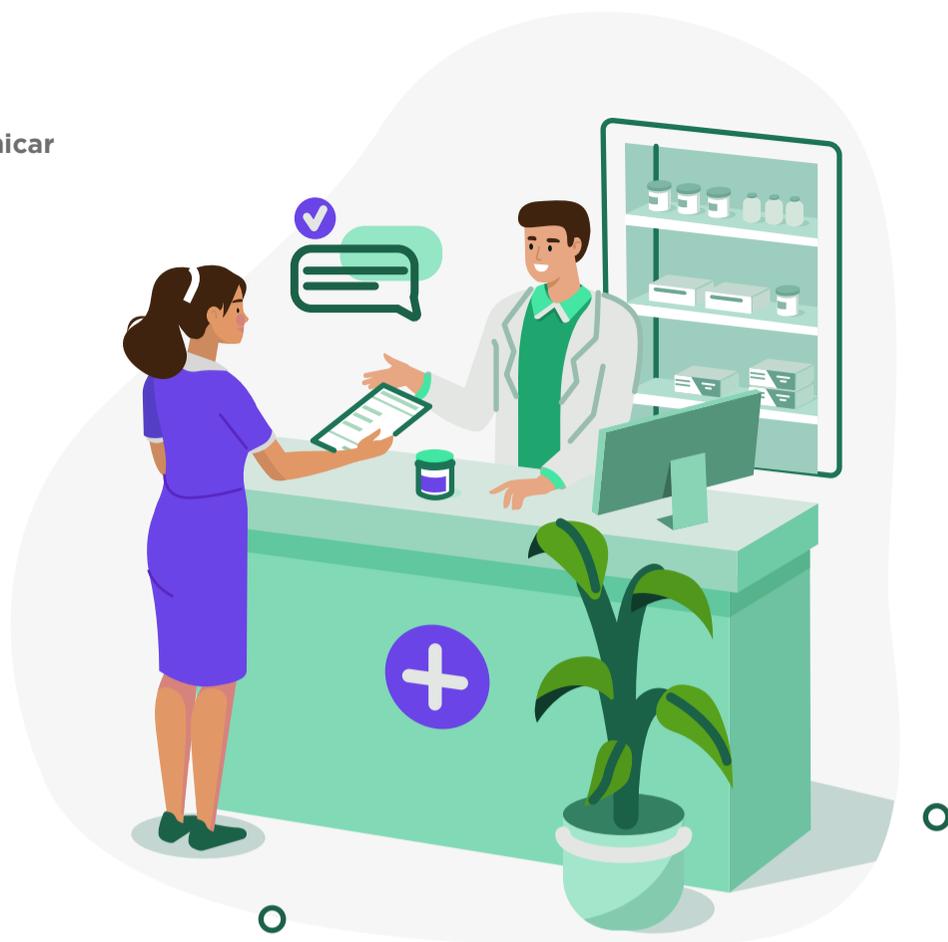




É preciso se comunicar

Investir também em material próprio de comunicação dentro do ponto de venda é um diferencial bacana para as farmácias e drogarias. Caso a loja não faça parte de uma rede, que segue linguagem própria e esse material já faz parte do marketing da empresa, é preciso ter um bom planejamento de design e de divulgação.

Se os mobiliários servem para expor produtos e torná-los atrativos, os materiais de comunicação visual alertam os clientes sobre promoções, novidades e outras informações importantes da loja, tudo isso para tornar a experiência do cliente no ponto de venda mais agradável, facilitando as compras.



Para se obter mais efetividade, use mensagens claras, bem localizadas e com linguagem simples⁶. Elas podem ser:

Comunicação aérea - podem ser bandeirolas, móveis e cartazes. Eles são fáceis de serem instalados e causam grande impacto visual, sendo vistas de longe. Além disso, deixam corredores livres para circulação no ponto de venda.

Comunicação terrestre - adesivos de chão são os mais usados. São ideais para sinalizar caminhos, demarcar áreas específicas, organizar filas, e especialmente, fazer publicidade de marcas e produtos.

Pontas de gôndolas - Local "nobre" nas lojas, as pontas de gôndolas, são espaços estratégicos para destacar produtos definidos, estimulando a compra por impulso. A dica é exibir produtos de ofertas especiais, promoções, datas festivas e campanhas sazonais ao longo do ano. É possível destacar a visualização com régua de gôndolas, stoppers, além de displays personalizados, que podem ser feitos sob medida.

Planejamento é fundamental

Antes de executar qualquer ação de publicidade no ponto de venda, uma dica é pesquisar sobre as várias opções de materiais de marketing que existem e analisar os tipos mais adequados para o negócio⁷.

Em se tratando de estabelecimentos que têm como natureza a venda de medicamentos, farmácias e drogarias seguem uma série de normas da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), que regulamentam o que pode ser objeto de promoção e divulgação⁸. Em todos os casos, é preciso cuidado para respeitar a legislação vigente e evitar a poluição visual na loja.

A dica é sempre buscar materiais de comunicação visual com boa qualidade e ficar atento para renová-los com frequência.

É recomendado ainda ter o envolvimento de todos os colaboradores, então, mantenha a equipe atualizada e treinada para as ações de marketing desenvolvidas, focando sempre na qualidade do atendimento aos clientes.

Por fim, todo tipo de divulgação necessita de planejamento e organização. Ao iniciar uma nova promoção e ao renovar os materiais publicitários, planeje a iniciativa, defina período de vigência e faça uma análise dos resultados, para corrigir o que for preciso e manter aquilo que tem dado resultado positivo⁷.

Fontes:

- 1) Conselho Federal de Farmácia. Dados 2020 do Conselho Federal de Farmácia. Disponível em:
<https://www.cff.org.br/pagina.php?id=801&menu=801&titulo=Dados+2020>
- 2) Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia. Uso do merchandising como ferramenta para o incremento de vendas. Disponível em:
<https://revistapmkt.com.br/wp-content/uploads/2022/01/1-Uso-de-merchandising-como-ferramenta-para-o-incremento-de-vendas.pdf>
- 3) UniCesumar. Materiais de Ponto de Venda (MPDV). Disponível em:
<https://www.unicesumar.edu.br/wp-content/uploads/degustacao/ebook/ebook-material-didatico-gestao-de-lojas-e-pontos-de-venda.pdf>
- 4) Involves Club. Trade marketing: o que é, qual sua importância e como aplicar essa estratégia. Disponível em:
<https://clubedotrade.com.br/blog/trade-marketing/>
- 5) Fábrica de Ideias. Como escolher o melhor material de pdv para a sua estratégia de merchandising. Disponível em
<https://fabricaideias.net/como-escolher-o-melhor-material-de-pdv-para-a-sua-estrategia-de-merchandising/>
- 6) Seriana. 5 dicas de materiais de merchandising para Drogarias e Farmácias. Disponível em
<https://seriana.com.br/ponto-de-venda/5-dicas-sobre-materiais-de-merchandising-para-drogarias-e-farmacias/>
- 7) Farmarcas. Merchandising para farmácias. Disponível em:
<https://www.farmarcas.com.br/entenda-merchandising-para-farmacias-e-drogarias/>
- 8) Ministério da Saúde. Resolução-RDC Nº 96, de 17 de dezembro de 2008. Disponível em:
https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2008/rdc0096_17_12_2008.html

