

Three mannequins are shown against a dark background. The mannequin on the left is a female torso, facing forward. The mannequin in the middle is a female torso, shown in profile facing right. The mannequin on the right is a male torso, facing forward. All mannequins are light-colored and appear to be made of a smooth material.

Manequins:

**A FORÇA DE VENDAS
SILENCIOSA DO
VAREJO**



MANUSEIO E MANUTENÇÃO
ADEQUADOS SÃO
ESSENCIAIS PARA A
EFICÁCIA DESSAS
IMPORTANTES
FERRAMENTAS DE VENDAS



Pesquisa de manutenção de MANEQUINS

Em um esforço para entender as necessidades e desafios de seus clientes em relação à utilização de manequins, a **Expor realizou a primeira pesquisa de seu tipo sobre o uso adequado, manuseio e manutenção dessas formas dinâmicas.**

Agora, compartilhamos os fatos, dados e análises resultantes para ajudar nossos clientes a alcançar o sucesso ideal com suas compras e implantação de manequins.



Em 2018, uma série de entrevistas informais foram realizadas com 56 varejistas independentes e 23 cadeias ou redes com mais de 10 lojas. Essas entrevistas foram realizadas em bases internacionais e incluíram vários países: Brasil, Chile, Peru, Colômbia e México. Atualmente, os dados foram consolidados devido ao fato de ainda haver uma massa crítica insuficiente para cada país individualmente. Como tal, a metodologia deve ser desenvolvida e melhorada. Portanto, a pesquisa deve ser considerada uma “enquete”.

94%

EM UM PERÍODO DE 1 A 3 ANOS APÓS A AQUISIÇÃO DO MANEQUIM, 94% DOS ENTREVISTADOS RELATARAM ACIDENTES COM MANEQUINS QUE RESULTARAM EM DANOS.

Com base nesses dados iniciais, comuns a todos os varejistas, fica claro que a extensão dos danos, correções e comportamentos varia entre os dois grupos:

Os lojistas independentes têm menos acidentes, quase metade, com média de 1,5 no período, contra 2,9 acidentes nas cadeias de lojas. A razão para essa disparidade é que há um conjunto claro e definido de padrões e responsabilidade pelo manuseio de manequins em lojas independentes, enquanto nas cadeias de lojas isso nem sempre acontece. Um fator adicional é uma taxa mais alta de rotatividade de funcionários nas cadeias de lojas. Além disso, as cadeias de lojas normalmente têm lojas maiores, resultando em maior contato com o cliente e interação que causa acidentes envolvendo manequins, bem como roubo de mãos. (Nossa pesquisa indicou 8 casos em 3 países diferentes).

Quanto à extensão dos danos, não houve diferença entre os grupos. O maior “cuidado” demonstrado pelos varejistas independentes não resulta necessariamente em menos acidentes prejudiciais. Os danos são aleatórios; há quedas com pouca consequência e outras que causam grande dano em ambos os grupos.



EM TERMOS DE ESTRATÉGIAS DE REPARO, EXISTEM DIFERENÇAS SIGNIFICATIVAS. PARA O LOJISTA INDEPENDENTE, SE O DANO FOR MENOR, ISSO NÃO JUSTIFICA A REPARAÇÃO IMEDIATA.

Este grupo espera maior dano e disfarça pequenos danos alterando a exposição, escolhendo roupas que escondem o problema ou movendo o manequim para um ponto menos visível. Esse grupo gerencia o problema e geralmente não recondiciona os manequins com defeitos menores. Se o manequim for danificado a ponto de não poder ser usado, o problema normalmente é remediado rapidamente a curto prazo. Um período de tempo médio estimado em que eles permanecem sem manequins na loja, enquanto eles estão sendo reparados ou substituídos, considerando envio, remodelação e retorno para a loja, foi de 45 dias.



NA LOJA DE REDE, O MANEQUIM É USADO COMO ESTÁ COM DANOS EXISTENTES E ÓBVIOS, OU NÃO É USADO DE FORMA ALGUMA.

Mais frequentemente, o manequim é usado mesmo com danos no ponto de venda, comprometendo assim a exibição eficaz do produto e a percepção da imagem da marca da loja. Se o dano for muito significativo, o varejista de rede armazenará o manequim até que possa enviá-lo para conserto.

Em lojas de rede ou cadeia, um cronograma de reparo corporativo é frequentemente empregado quando a autorização é necessária e, em seguida, os manequins danificados são enviados para um depósito central juntamente com manequins de outras lojas dentro da rede. Essa abordagem de toda a empresa é usada para remediar até mesmo pequenos defeitos que tornam o manequim impróprio para uso. Essa prática diminui o número de manequins no ponto de venda. O cronograma de devolução é conseqüentemente mais lento, uma vez que os manequins danificados esperam com os outros pelo cronograma de reparo em toda a empresa. Esta fase de armazenamento aumenta significativamente o período de espera pelo reparo do manequim e o retorno à loja.

90 DIAS

EM MÉDIA, O TEMPO ESTIMADO, A PARTIR DA AUTORIZAÇÃO PARA REPARAÇÃO, DE ENVIO E RETORNO PARA USO NA LOJA É DE 90 DIAS, DOBRANDO ASSIM O TEMPO DE REPARAÇÃO EM RELAÇÃO AS LOJAS INDEPENDENTES.

30%

CUSTOS DE REPARO, ARMAZENAMENTO E LOGÍSTICA SÃO CONSIDERADOS CAROS PELOS DOIS GRUPOS. PORTANTO, APROXIMADAMENTE 30% DOS CASOS DANIFICADOS SÃO DESCARTADOS E NOVOS MANEQUINS SÃO COMPRADOS. ISSO GERALMENTE É UMA OPÇÃO MAIS ECONÔMICA.

A luz das pesquisas feitas nos últimos anos em manequins, tais como do IEMI - Instituto de Marketing Industrial e do NPD Group de Nova York sobre a importância da vitrine e manequins, o varejista que procura otimizar resultados deve aproveitar ao máximo o retorno potencial no investimento desta ferramenta essencial de vendas de varejo de moda.



A PESQUISA DO IEMI

DEMONSTRA A FORÇA DA VITRINE, UMA FERRAMENTA DISPONÍVEL PARA VAREJISTAS DE QUALQUER TAMANHO, INDICANDO QUE ATÉ 85% DAS VENDAS VÊM DA ATRAÇÃO DA VITRINE.

85%

Recentemente num aprofundamento de pesquisa posteriores, foi identificado que a vitrine pode causar a repulsa de 23% dos clientes, que depois de olhar para a vitrine decidem não entrar na loja. Seu manequim remendado e danificado aumentará essa taxa de repulsão?



Pesquisa do renomado NPD Group of NY reforça o argumento ao provar que 42% das pessoas são influenciadas pelos manequins no ponto de venda. Isso é quase metade da base de clientes!

O manequim é o segundo fator mais influente na decisão de compra, atrás apenas da opinião positiva das pessoas que acompanham os clientes em uma excursão de compras até a loja. O fator mais influente é quando o acompanhante diz: “Uau, isso fica bem em você!”.



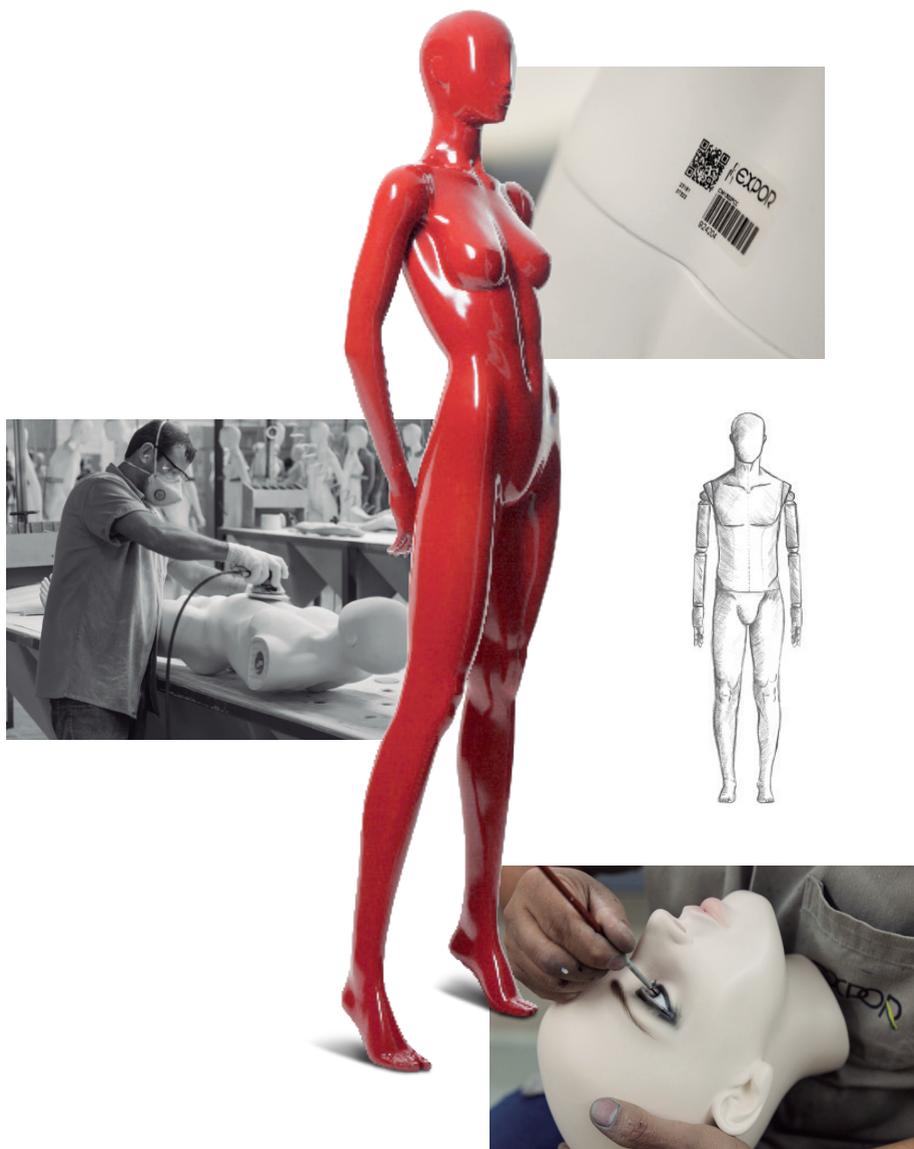
A LOJA FÍSICA DESTACA-SE COMO O ATIVO MAIS IMPORTANTE DO VAREJISTA. É O MELHOR LUGAR PARA DIVULGAR MENSAGENS DE MARCA DE QUALIDADE E ESTABELECE E CONSOLIDAR RELACIONAMENTOS COM OS CLIENTES E FIDELIDADE À MARCA.



Com o advento do comércio on-line no ambiente atual de varejo, as lojas físicas não são necessárias para a consumação da transação. Os clientes não precisam mais visitar a loja para concluir uma compra. Com isso em mente, deve ser entendido que a loja física é a pedra de toque mais importante da marca.

Loja online e loja física devem trabalhar juntas. Isto é claramente demonstrado pelo fato de que ao abrir uma loja física em um bairro, as vendas online da marca crescem 5 vezes nesta área. Por esta razão, é importante que a loja reflita fisicamente as promessas e expectativas da marca, criando assim uma experiência positiva e envolvimento emocional. Os varejistas devem se concentrar no cuidado e beleza da loja física .

Com o impacto positivo dos manequins nas vendas e sua incomparável de criar um cenário na loja para uma melhor experiência do cliente, emulando situações de estilo de vida, construindo empatia e engajamento, é importante considerar seriamente a implantação, o posicionamento, e a apresentação apropriada desses recursos, ferramentas vitais de venda. **Considere também as oportunidades perdidas quando os manequins estão ausentes ou não são usados adequadamente.**



QUANDO USADOS CORRETAMENTE, OS MANEQUINS SERVEM COMO EMBAIXADORES DA MARCA. ELES TAMBÉM SÃO IMPORTANTES FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO, INFORMANDO OS CLIENTES SOBRE TENDÊNCIAS DE MODA, NOVIDADES E ESTILOS.

Eles também servem para educar, ensinar os clientes como usar acessórios; tudo colocado em um manequim, de roupas, acessórios (sapatos, cintos, bolsas e lenços) voa para fora da loja. Os manequins são uma força de vendas dinâmica e silenciosa.

Os varejistas devem usar manequins adequadamente e não transformar esse importante ativo em um problema.

Para ajudar a alcançar os seus objetivos de merchandising, comunicamos as principais conclusões deste estudo e as nossas sugestões abaixo:

Conclusões

Acidentes com manequins fazem parte da vida cotidiana e vão acontecer. Há etapas definidas que podem ser tomadas para prevenir e remediar rapidamente o problema. Todos os varejistas, independentemente do tamanho e do escopo, devem estabelecer uma política de manutenção clara e consistente. Além disso, uma cultura de respeito deve ser estabelecida para esses ativos importantes da empresa; eles devem ser manuseados adequadamente com cuidado suficiente. É importante entender que a falta de manequins resultará claramente na perda de vendas. Quanto mais rápido um manequim for devolvido ao serviço no piso de vendas, mais rápido o varejista terá resultados de vendas positivos!

Preste especial atenção aos manequins nas vitrines e no piso de vendas. Eles são seus embaixadores e têm a capacidade de atrair e repelir clientes. Todo varejista deve se perguntar: que imagem você deseja projetar? Manequins remendados não são uma boa opção.

É fundamental que todos os varejistas tenham um entendimento e respeito pelos manequins em suas lojas, e que esse entendimento faça parte da cultura e do DNA da empresa. Investir em treinamento de equipe sobre como lidar com os manequins é um investimento de grande retorno.

B R A Z I L

C O L O M B I A

M E X I C O

C H I L E

P E R U



www.expor.com