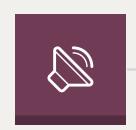


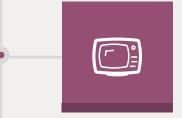


FORTALECENDO INDICADORES

FORTALECER A MARCA

Ações de Marketing para fortalecer a sua e a nossa marca



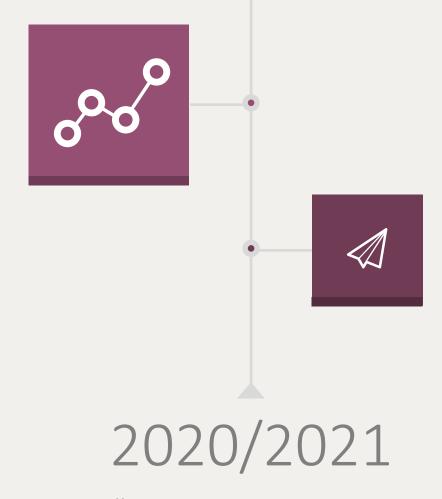


FORTALECER A IMAGEM

Estar presente estrategicamente nos meios de comunicação

PROPOSTAS EXCLUSIVAS

Garantia de venda e participação nas maiores campanhas com exclusividade



CRESCIMENTO

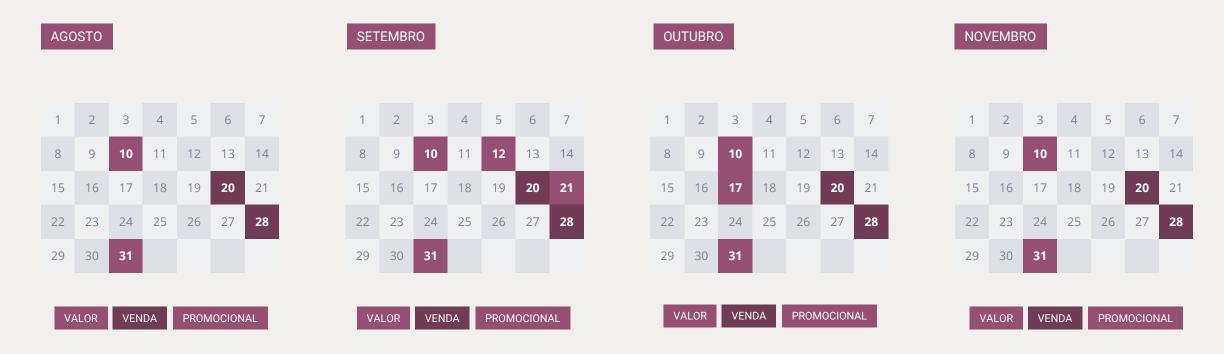
Melhoria nos principais indicadores: vendas, lucratividade e rentabilidade

O melhor investimento para sua marca



O que podemos Fazer pela sua empresa

CALENDÁRIO PROMOCIONAL



"Meça duas vezes. Corte uma vez só" Calendário Promocional

Fazer pela sua empresa?

CALENDÁRIO PROMOCIONAL

MARÇO 2020

O que podemos fazer para incentivar as vendas e rentabilidade em nossas lojas?

DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEXT	SAB	Preço Campeão:	Sextou:
1	2	3	4	5	6	7	02/03	06/03
8	9	10	11	12	13	14	09/03	13/03
15	16	17	18	19	20	21	16/03	20/03
22	23	24	25	26	27	28	23/03 30/03	27/03
29	30	31					30/03	

Telefones Importantes

 Tablóides

 Semana 1 –

 Semana 2 –

 Semana 3 –

 Semana 4 –

 Semana 5 –

EXTRAS

□FLV: Mexirica
□Consumidor: guloseimas
□Quaresma
□verão / outono
□Campanha: Março Lilás
conscientização sobre
câncer de colo de útero
□Março Azul -conscientização sobre
câncer colorretal

- 8: Dia Inter. Da mulher
- 11: Início festival da cerveia
- 15: Dia mundial do consumidor
- 20: Inicio do Outono
- 20: Dia mundial sem carne
- 21: Dia mundial do Pão Francês
- 26: Dia do Cacau

LEMBRAR!

Dia 21: Falta 1 mês para a páscoa

Monte uma mesa decorativa em local de alto fluxo. Nela podem ser expostos alimentos usados no preparo dos pratos ou itens complementares: azeite, azeitonas, farofa e vinho, entre outros

Dia 21: Hora de iniciar as negociações para compras Atenção aos principais produtos: Ovos de chocolate, chocolates em barra, caixas de bombons, colomba pascal, bacalhau e pescados em geral.

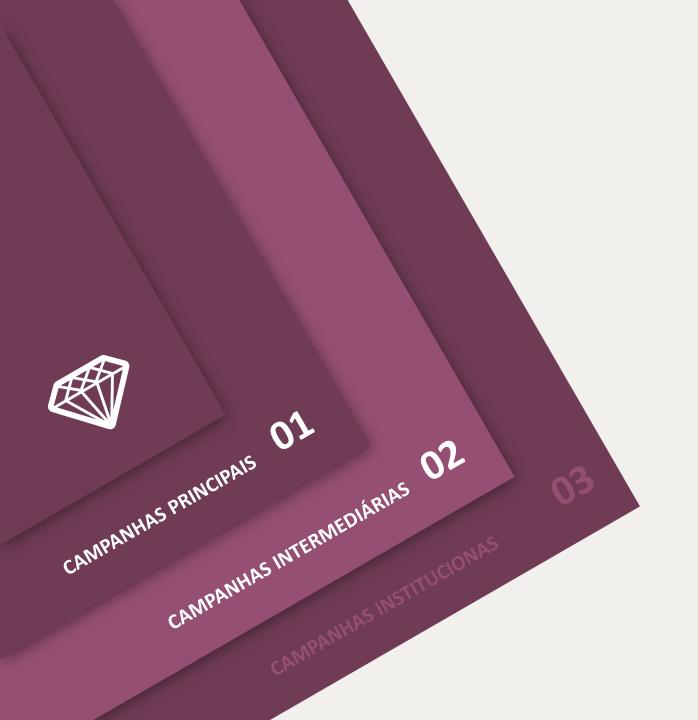
Produtos de venda relacionada

Vinhos, azeite, azeitonas, frutas da época, produtos para produção caseira de ovos, presentes relacionados com o tema.

Dia 11: Tradição acontece em Blumenau, oportunidade para destacar cervejas especiais.

1 a 15: Cesta Básica

16 a 31: Reposição de geladeira



CAMPANHAS PROMOCIONAIS PRIMEIRO SEMESTRE

O marketing não é uma batalha de produtos, é uma batalha de percepções

Al Ries











CAMPANHAS PROMOCIONAIS SEGUNDO SEMESTRE

Frequentemente o melhor marketing é aquele que não se parece marketing







CAMPANHAS INTERMEDIÁRIAS 02



BLACK **FRIDAY**





DIA DO

















CAMPANHAS PROMOCIONAIS

PLANEJAMENTO

GARANTINDO A BOA EXECUÇÃO DAS



EXPLORAR ÁREA DE VENDA

EXPOSIÇÕES DIFERENCIADAS
ESPAÇOS EXCLUSIVOS
PRECIFICAÇÃO
VARIEDADE

MARKETING

PRESENTE EM TODAS AS MÍDIAS
IDENTIDADE VISUAL PERSONALIZADA
DESTAQUE PARA MARCA

Fazer pela sua empresa?



"As pessoas são preguiçosas, impacientes e gostam de escolhas simples." Tim Ash

Conteúdo de venda não precisa necessariamente ter um preço, mas necessariamente deve ter uma marca ou categoria.









Fazer pela sua empresa?



"Um bom título junto com uma péssima introdução é como convidar alguém para a sua casa, e bater a porta na cara dela ao entrar!"

Conteúdo de valor é tudo aquilo que agrega valor para a vida dos nossos clientes.



Fazer pela sua empresa?



"Você não precisa de um milhão de inscritos para vender; você precisa dos inscritos certos."

Conteúdo promocional



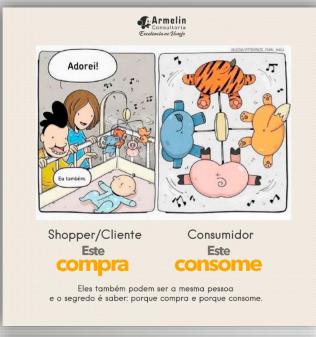














Armelin

ARMELIN **DIGITAL**

A Armelin Digital garante que todos os processos da sua loja possam ser monitorados e analisados por um consultor especialista, garantindo eficiência na

Interação com qualquer RP

gestão

Suporte 24h

OTIMIZE ACOMPANHE **GERENCIE**





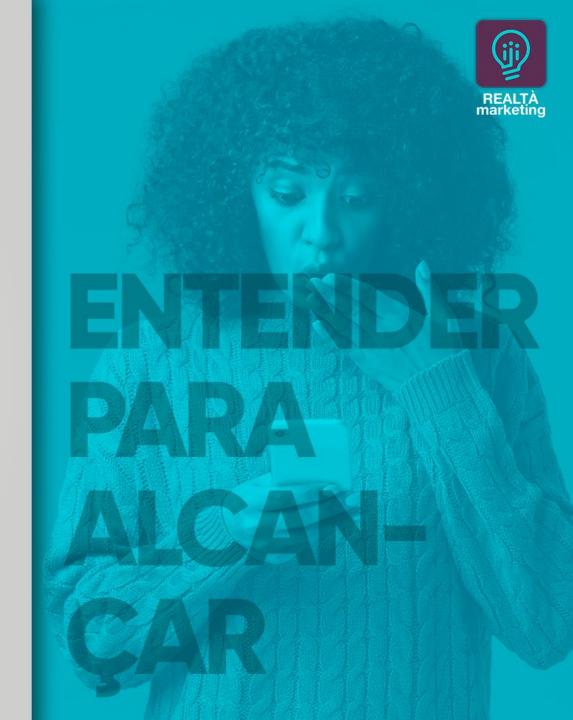














Estamos na torcida bara você comecar of fazer a ofference junto com a gente