

ARTIGO 36  
TRANSFORMADOR

O ERRO ESTRATÉGICO  
DA EXPOSIÇÃO:  
COMO POSICIONAR  
PRODUTOS PARA  
AUMENTAR TICKET  
MÉDIO SEM  
AUMENTAR CUSTOS





Negócios &  
Estratégias



## **1. A exposição é comunicação — e comunicação que vende sem falar**

Toda loja é um discurso visual. E quando o visual está errado, a venda já nasce fraca.

Exposição não é decoração: é estratégia. É uma forma de conduzir o olhar do cliente para onde sua margem vive.

A operação que não entende isso opera às cegas.

## **2. Os três pontos que destroem ticket médio sem ninguém perceber**

### **a) Produtos de alta margem em zonas frias**

Toda loja tem áreas que o cliente naturalmente ignora. Colocar ali aquilo que deveria escalar o faturamento é um erro que derruba números sem alarde.

### **b) Falta de hierarquia visual**

Quando tudo parece importante, nada é importante.

Sem hierarquia, o cliente navega confuso e compra no impulso mais barato.

### **c) Contradição entre exposição e jornada**

Se o cliente precisa “procurar” o item que você quer vender, ele já desistiu.

## **3. Como construir uma exposição inteligente sem aumentar custos**

**Passo 1** — Mapear os pontos quentes e pontos frios da loja



Ponto quente = onde o cliente naturalmente olha ou passa.

Ponto frio = áreas de baixa atenção.  
A distribuição certa nasce dessa leitura.

## **Passo 2 — Criar hierarquia visual**

Você precisa que o cliente entenda imediatamente:

1. O que é premium.
2. O que é complementar.
3. O que é recorrente.

Isso organiza o cérebro para gastar mais com conforto.

## **Passo 3 — Reorganizar semanalmente**

O varejo muda rápido.

A exposição que funcionou terça não funciona sábado.

Revisão semanal é obrigação, não luxo.

## **4. O que muda quando a exposição é feita com intenção**

- Ticket médio sobe.
- O cliente percebe valor antes do preço.
- O time vende com mais facilidade.
- Produtos parados começam a girar.
- A experiência espacial vira vantagem competitiva.

É matemática visual: o cliente compra o que vê.





## 5. Aplicação imediata (48 horas)

Faça isso agora:

- 1) Escolha o produto de melhor margem.
- 2) Coloque na linha de visão frontal, ponto quente, com iluminação direta.
- 3) Tire itens de baixo valor desse mesmo espaço.
- 4) Observe o impacto nas próximas 48 horas.

É simples — e impressiona pela força que tem.





Negócios &  
Estratégias



## **Conclusão – Vender bem é resultado de decisões pequenas, repetidas e precisas.**

A exposição é uma delas.  
Se você não controla o olhar do cliente, você  
está deixando o faturamento ao acaso.

### **CAPACITAÇÃO “O RESGATE”**

Quando o cliente não volta, ele não está  
dizendo “não gostei da loja”. Ele está dizendo  
“não senti que valia a pena voltar”.

Se você quer aprender a reverter isso pela raiz  
— comportamento, ambiente e tomada de  
decisão — aprofundo exatamente esse tipo de  
reconstrução estratégica na Mentoria

O Resgate. Talvez seja a hora de olhar para o  
seu negócio com um novo par de lentes.

***Escaneie o QR Code  
e acesse a mentoria  
O Resgate.***

