

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



Negócios &
Estratégias



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.



Negócios &
Estratégias



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 Mentoría

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 mentoría
O Resgate.*

