

Como vimos no vídeo anterior, os produtos prioritários serão aqueles que estiverem nas posições AA, AB, BA e BB, porque estão com alta e média vendas assim como em alta e média lucratividade.

Sua equipe precisa saber quais são estes itens, para zelar por sua exposição adequada, cartazamento e precificação, eventuais degustações, acompanhamento da concorrência, etc. Os compradores precisam focar sua atenção no giro adequado destes produtos, evitando rupturas, especialmente.

Os classificados na posição CA e CB merecem uma análise das alternativas para aumentar sua venda, uma vez que estão numa posição de alta e média lucratividade. Não serão em grandes números mas, às vezes, uma exposição mais agressiva ou utilizar cross-merchandising faz com que suas vendas reajam.

Os compradores precisam analisar e estabelecer estratégias que possibilitem melhorar as negociações daqueles produtos que estejam nas posições AC e BC. São produtos de alta e média vendas, porém com rentabilidade baixa. Normalmente tratam-se de produtos dominantes no mercado, onde as negociações são mais difíceis. Nestes casos, talvez deixá-los em posição de pouca visibilidade e valorizando similares com melhor rentabilidade pode ser uma alternativa.

Precisamos, também, reavaliar a necessidade de manter em linha os produtos CC ou substituí-los, se houver chance de melhorar a rentabilidade e a venda.

Em suma, se esta classificação for feita por categorias de produtos, ficará ainda mais fácil a gestão de espaços na loja bem como a estratégia de negociação em cada uma delas. Quanto mais específica e minuciosa for esta classificação, mais frutos iremos colher tanto em vendas quanto na lucratividade.