

Design para o Varejo

Metodologia de projeto

Para o projeto do ponto e venda é preciso entender inicialmente a dinâmica de funcionamento de um espaço de varejo.

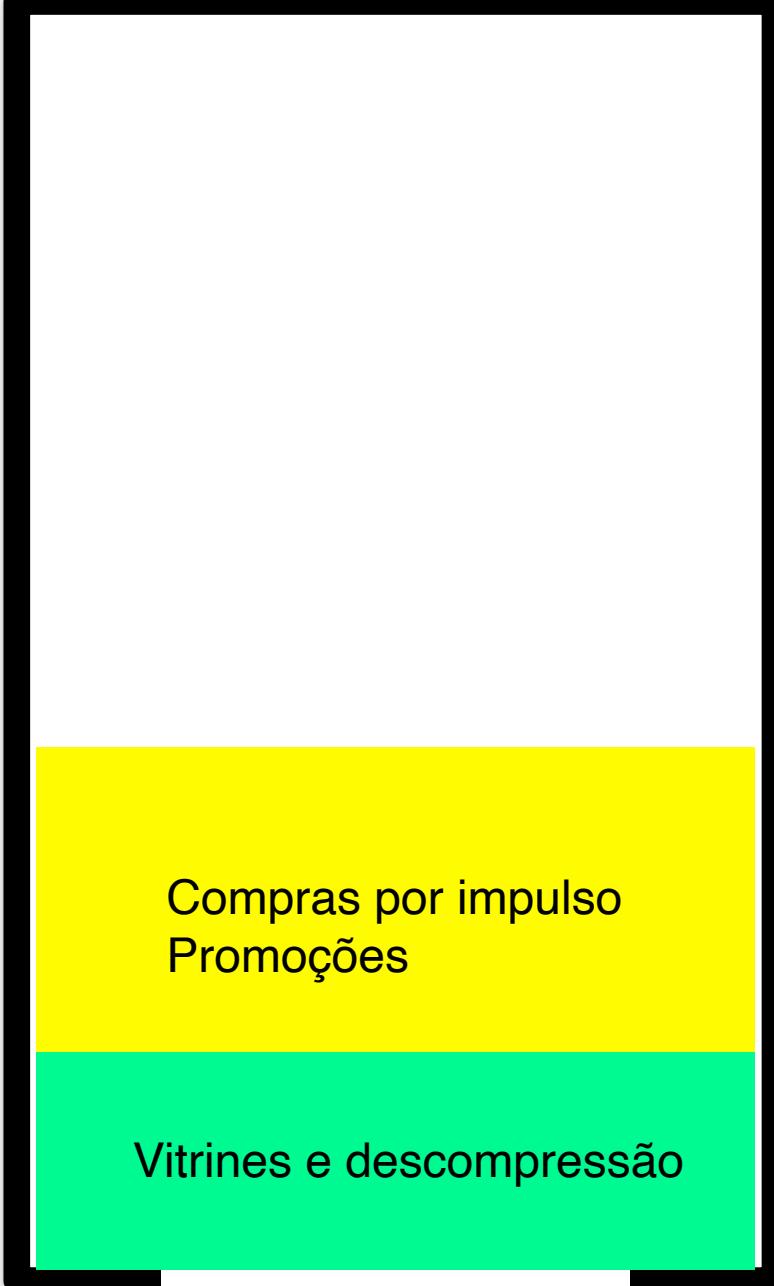
ZONA BRONZE

ZONA PRATA

ZONA OURO

ZONA PLATINA

Vitrines e descompressão



Compras por impulso
Promoções

Vitrines e descompressão



Zona de Cognição

Compras por impulso
Promoções

Vitrines e descompressão



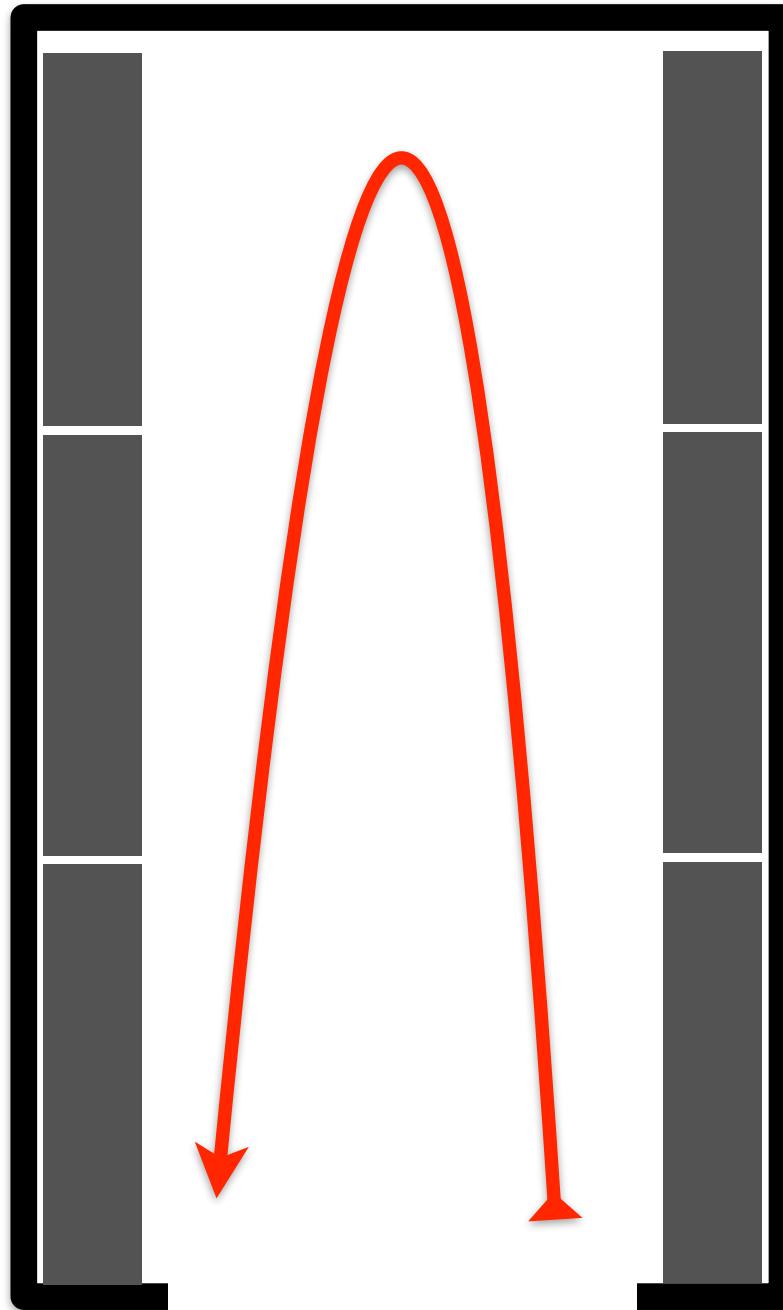
Serviços de destino

Zona de Cognição

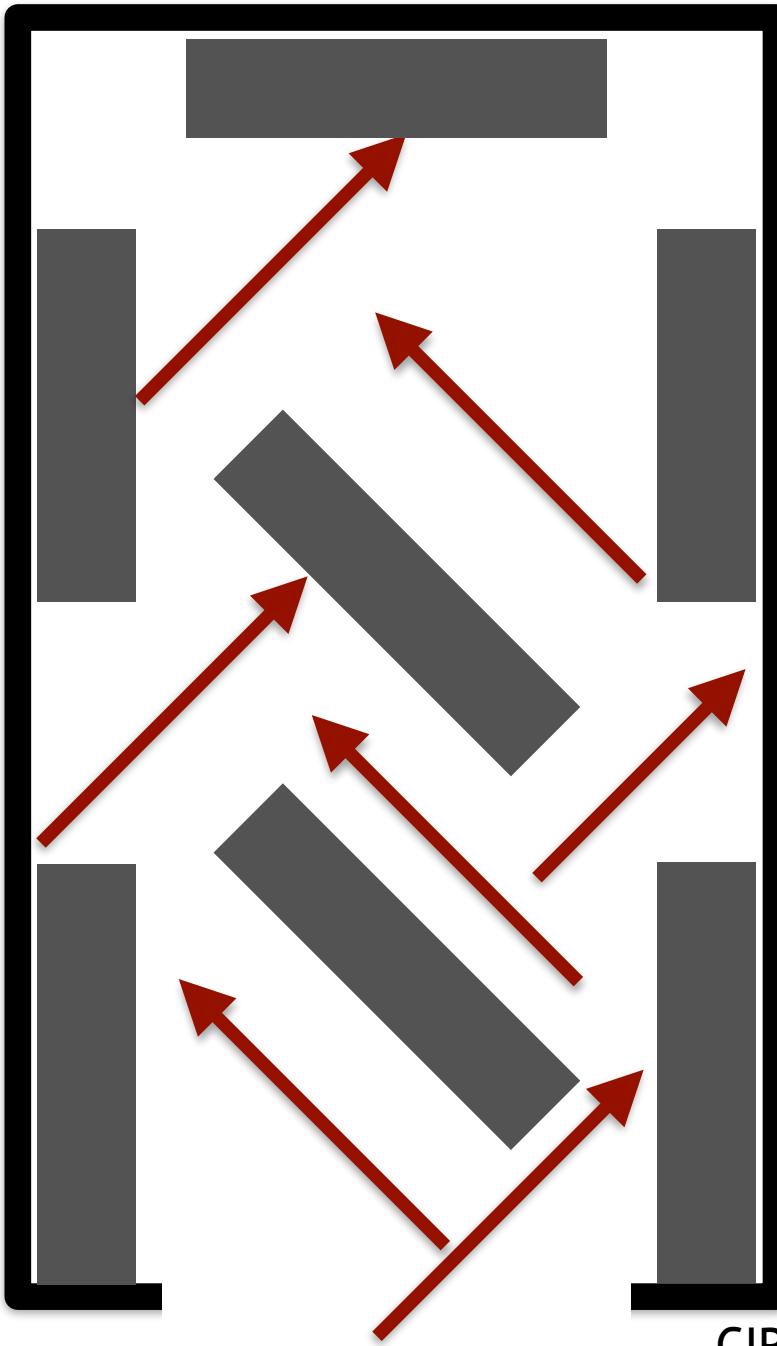
Compras por impulso
Promoções

Vitrines e descompressão

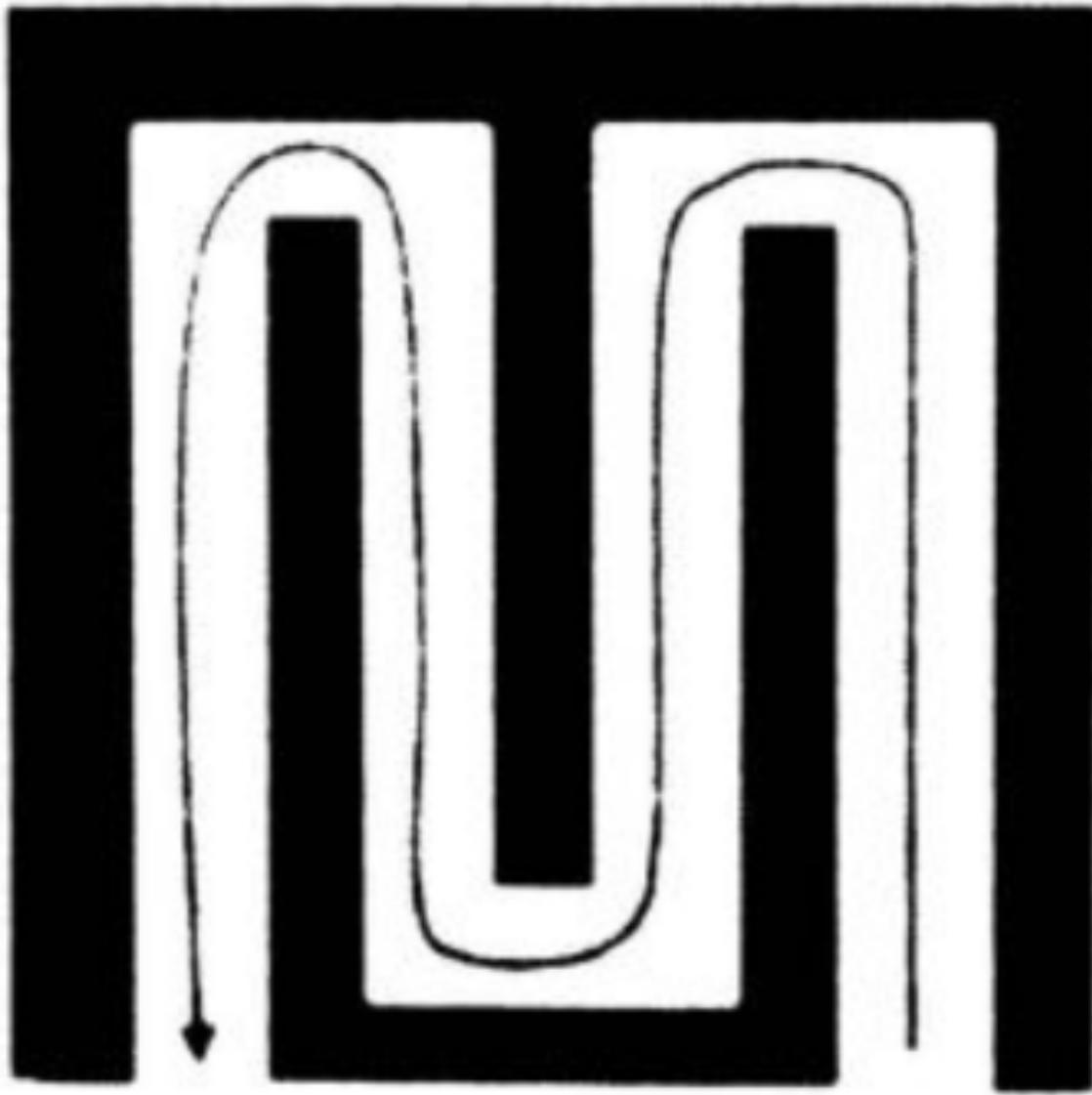
A partir daí podemos pensar a circulação



CIRCULAÇÃO LIVRE



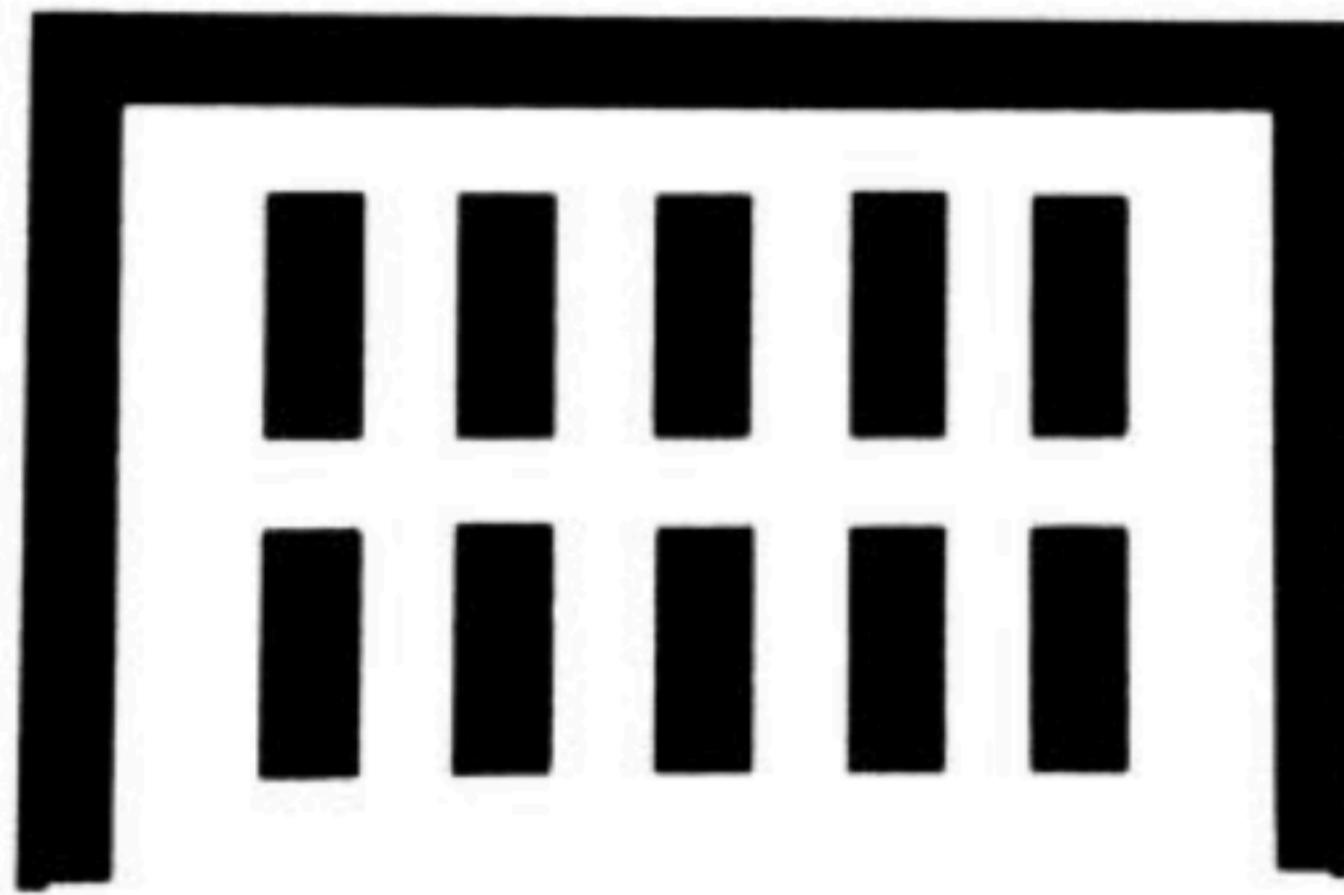
CIRCULAÇÃO INDUZIDA



LAYOUT DE TRAJETO OBRIGATÓRIO



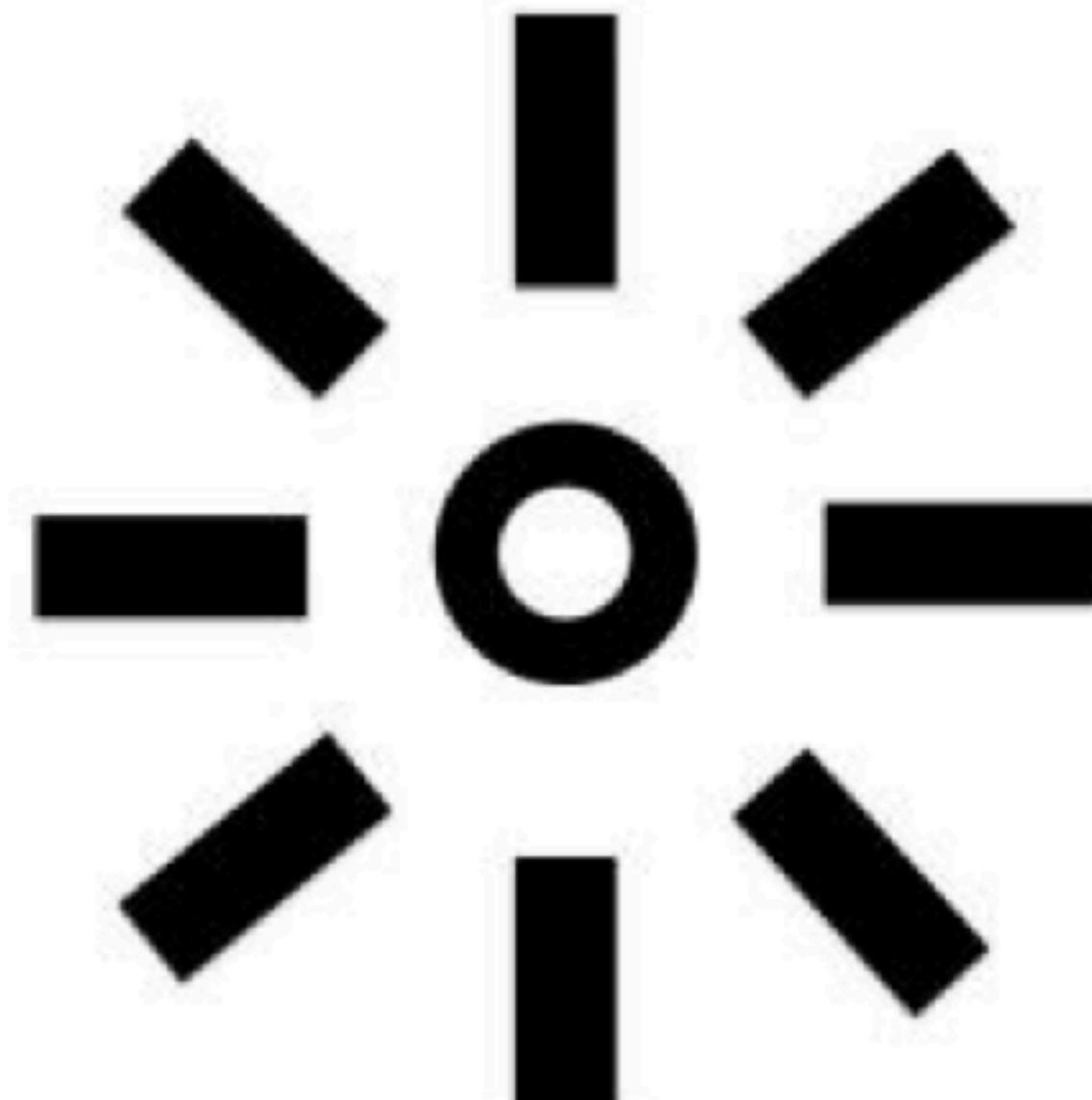
LAYOUT DE TRAJETO OBRIGATÓRIO COM ATALHOS



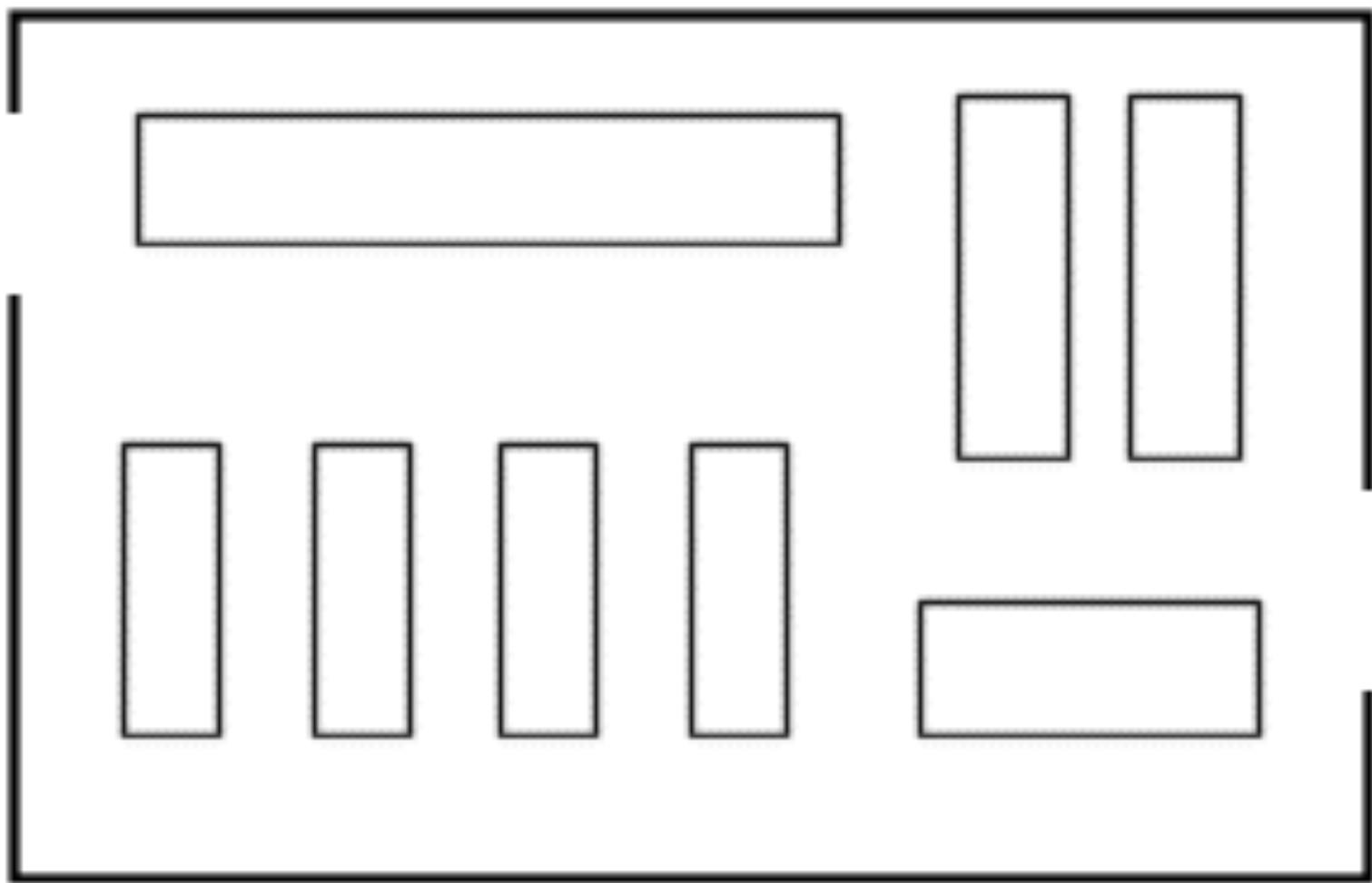
LAYOUT EM GRADE

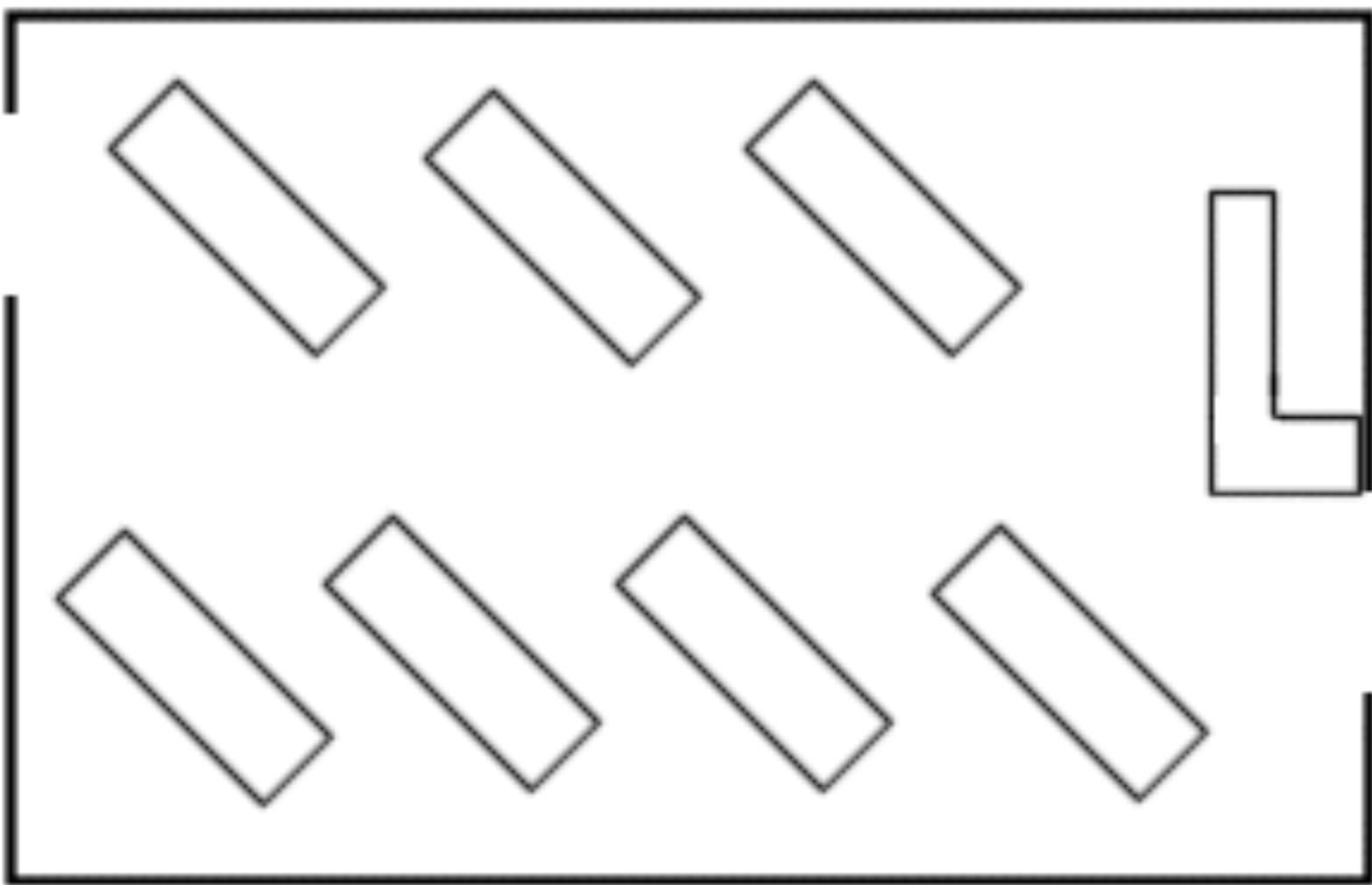


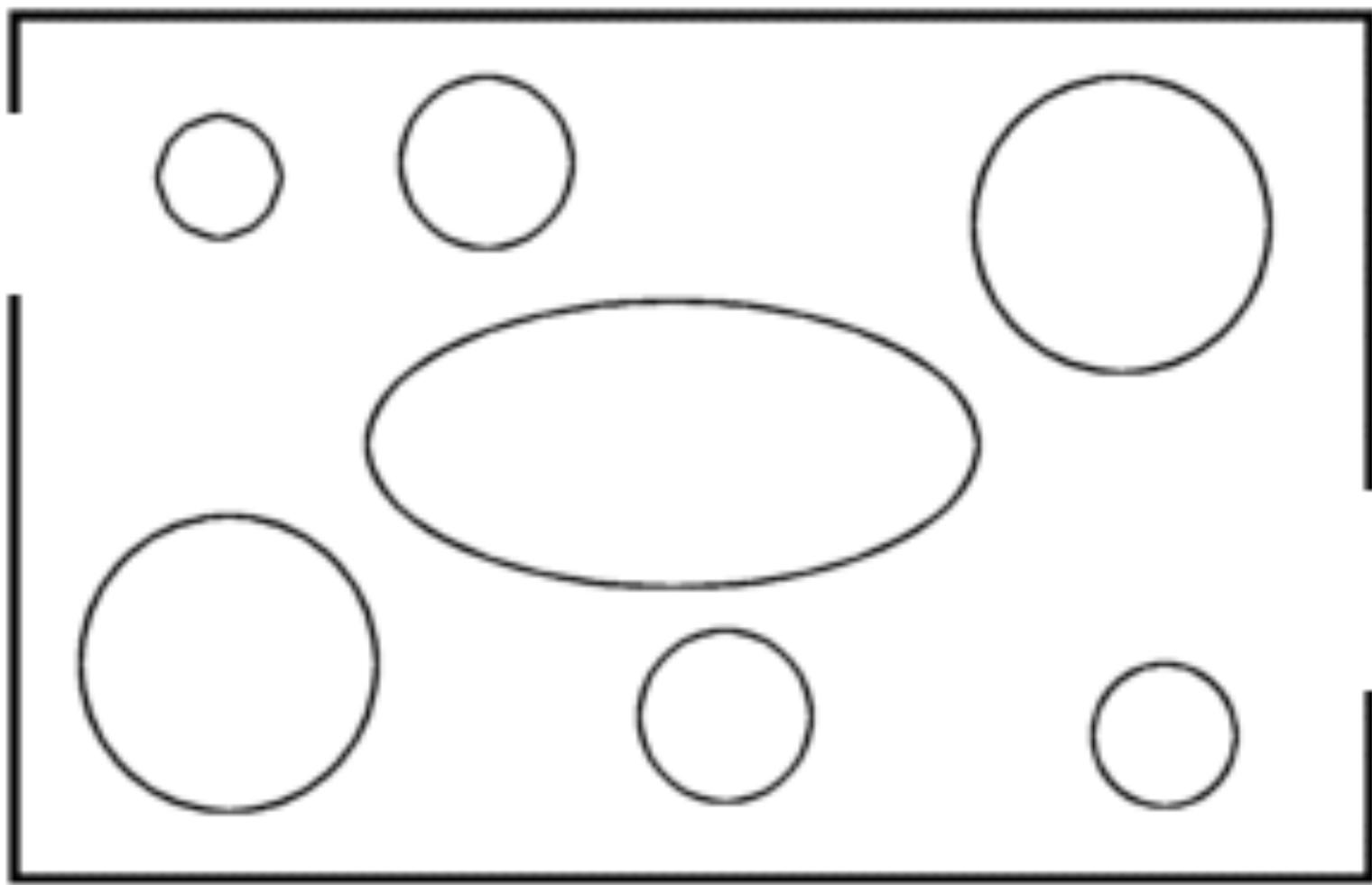
AYOUT BOUTIQUE

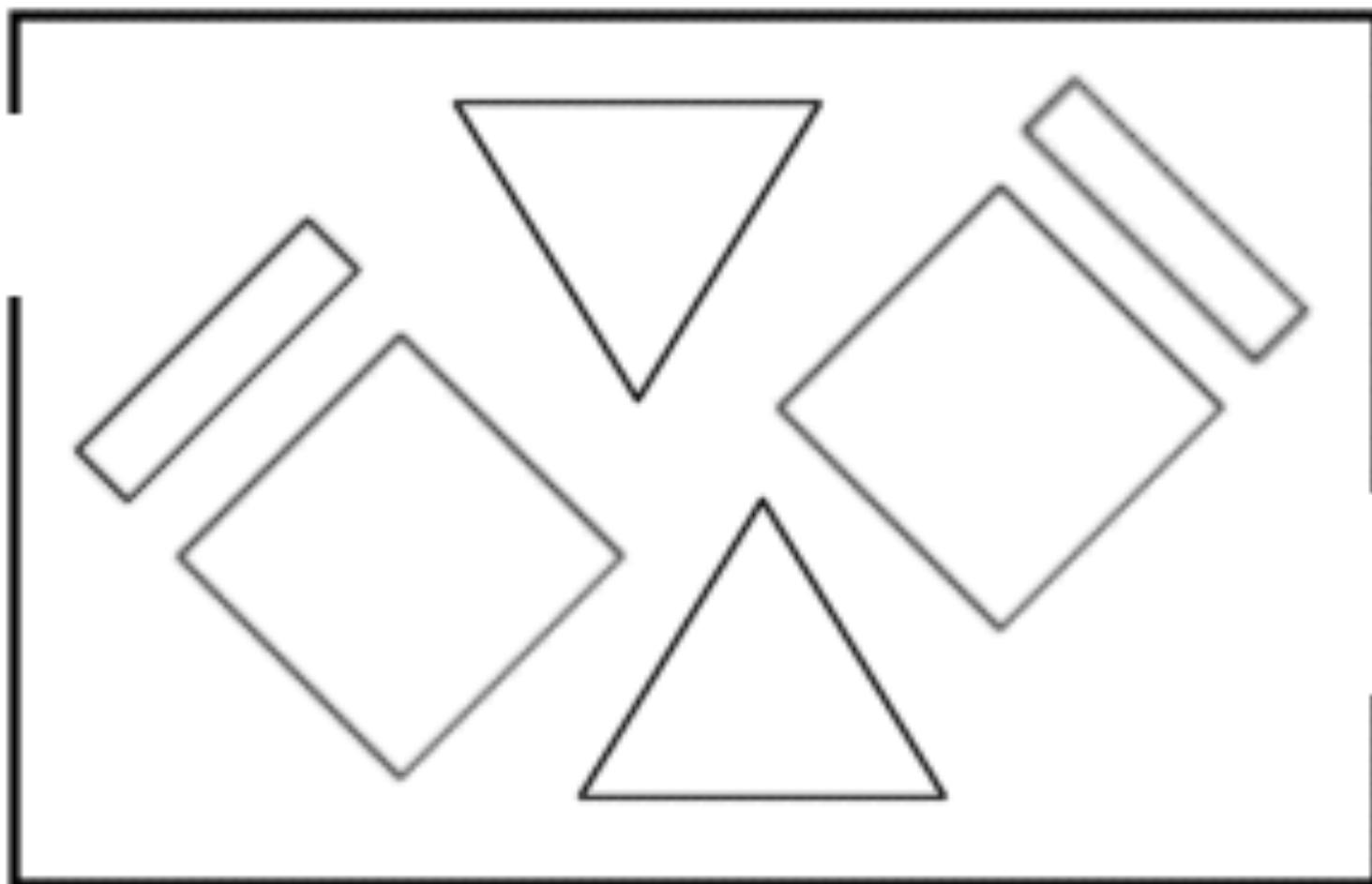


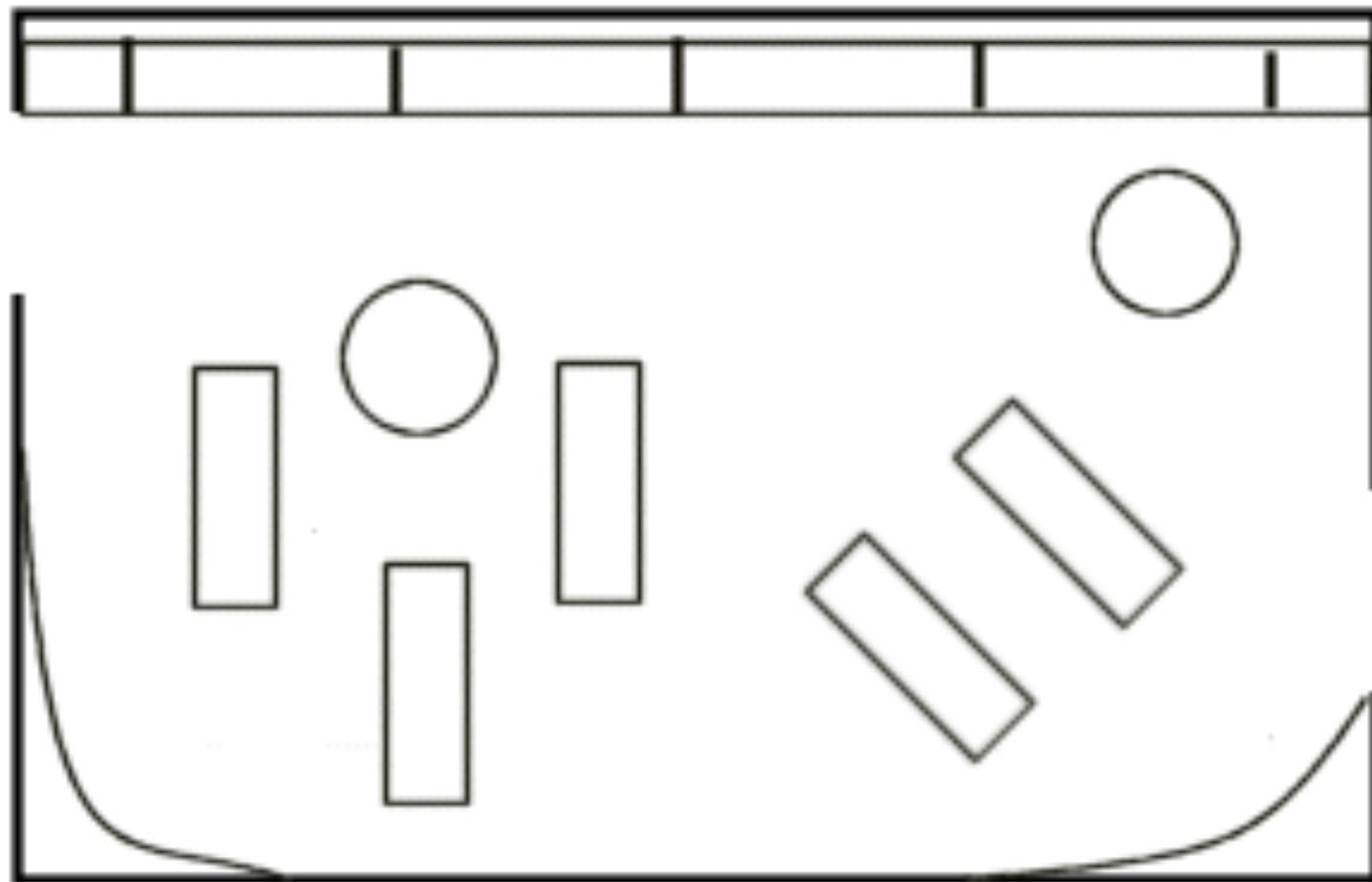
LAYOUT RADIAL











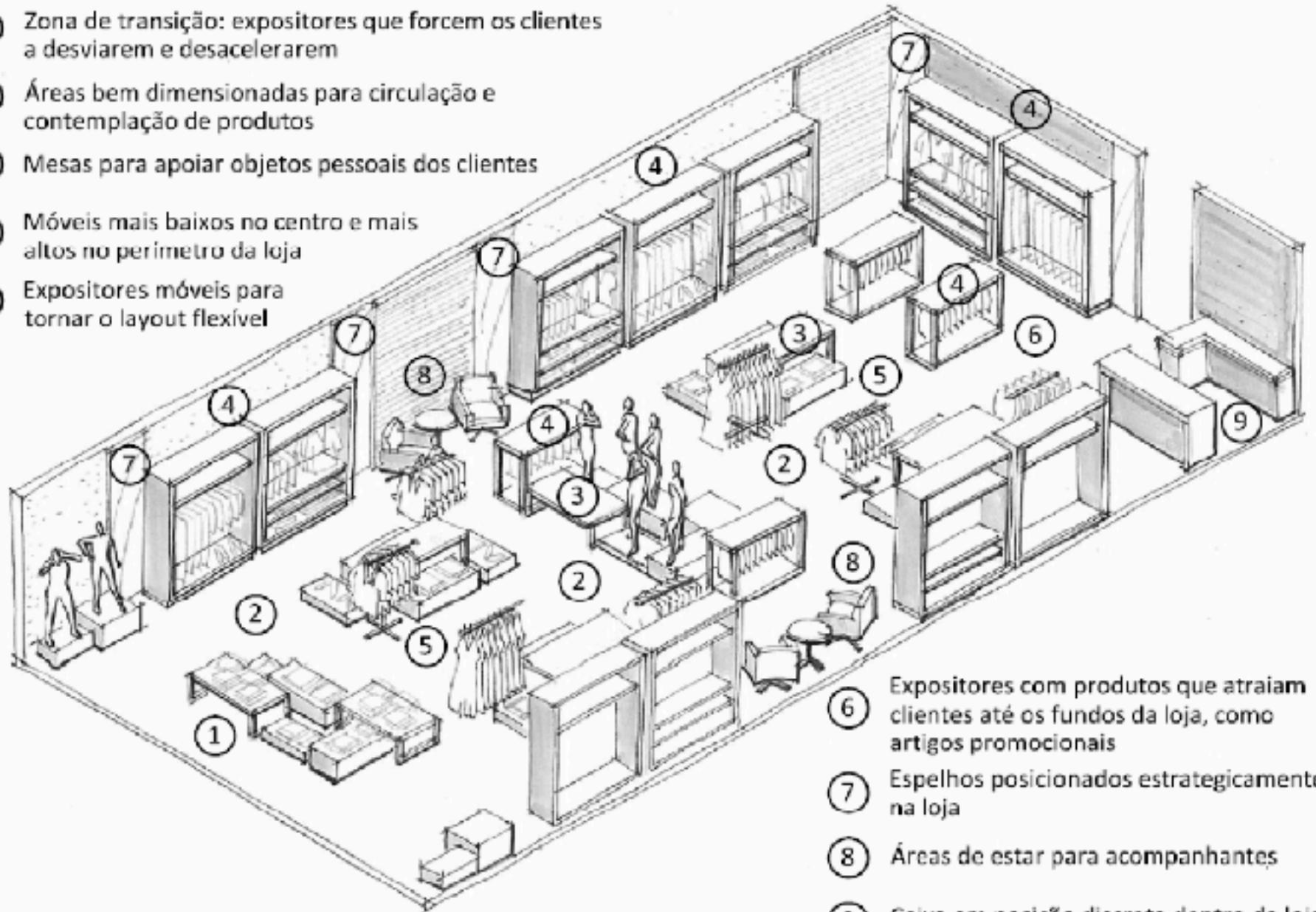
A zona de transição entre a vitrine e o interior da loja é um local onde as pessoas tendem a passar apressadas e podem não prestar atenção no que está exposto ali.

Neste caso, sugere-se a colocação de expositores diante da entrada que forcem os consumidores a desviarem e, assim, diminuírem a velocidade ao ingressar no ponto de venda.

O ideal é que o consumidor possa examinar os produtos que estão em sua frente e a sua volta, mas, ao levantar os olhos, perceba que a certa distância há algo igualmente atraente, induzindo a circulação por toda a loja. Assim, recomenda-se a utilização de expositores mais baixos na parte central da loja e mais altos no perímetro, de forma a ter uma configuração espacial do tipo arena, que permita a visualização de quase todo o ambiente a partir de sua área central

É desejável que a taxa de saturação, isto é, a proporção entre as áreas destinadas para exposição de produtos e o espaço para circulação, não seja muito elevada. Para tanto, recomenda-se que os expositores não ocupem mais de 40% da área total da loja

- 1 Zona de transição: expositores que forcem os clientes a desviarem e desacelerarem
- 2 Áreas bem dimensionadas para circulação e contemplação de produtos
- 3 Mesas para apoiar objetos pessoais dos clientes
- 4 Móveis mais baixos no centro e mais altos no perímetro da loja
- 5 Expositores móveis para tornar o layout flexível



- 6 Expositores com produtos que atraiam clientes até os fundos da loja, como artigos promocionais
- 7 Espelhos posicionados estratégicamente na loja
- 8 Áreas de estar para acompanhantes
- 9 Caixa em posição discreta dentro da loja

