



# **Glossário de Promoção e Merchandising**

## **Novembro 2012**

**Colaboração:**

**Diretoria de  
Assuntos  
Técnicos e  
Institucionais**



**Comitê Técnico**  
**Promoção, Trade e Varejo**

---

Este glossário é uma ferramenta de apoio aos profissionais das áreas de Promoção, Trade e Varejo, nele você encontrará termos e verbetes específicos usados no dia-dia.

**ABA:** Associação Brasileira de Anunciantes.

**ABAD:** Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores.

**ABORDAGEM:** Ato realizado por um(a) demonstrador(a), geralmente acompanhado por um folheto ou amostra promocional.

**ABRAS:** Associação Brasileira de Supermercados.

**ACETATO:** Base de película fotográfica ou cinematográfica, de combustão lenta, utilizada em transparências e fotolitos.

**ACORDO DE COLOCAÇÃO:** Contrato verbal ou escrito entre o PDV, o anunciante e o vendedor do serviço, descrevendo as condições de colocação da publicidade.

**ADESIVO:** Lâmina impressa feita sobre um suporte adesivo e recortado.

**ADESIVO DE CHAO:** Marcação de caminho para a promoção de um produto ou serviço.

**ADESIVO DE DUPLA FACE:** Adesivo que permite fixação em ambas as faces.

**AERÓGRAFO:** Instrumento de ar comprimido que pulveriza tinta sobre desenhos, cartazes, fotos etc.

**ALUGUEL DE ESPAÇO:** Prática do varejo dos supermercados que alugam pontas de gôndola e espaços promocionais para exposição extra de produtos. O pagamento é feito por cheque, desconto em duplicata, nota de débito ou bonificação.

**AMPRO:** Associação de Marketing Promocional.

**ANIMADOR(A) DE VENDAS:** Ver Demonstrador(a).

**ANLOC:** Associação Nacional de Lojas de Conveniência.

**ANODIZAÇÃO:** Proteção ou decoração de uma peça de alumínio por oxidação anódica.

**APARADOR:** Ver Faixa de Gôndola.

**APPROACH:** Abordagem. **1.** Etapa do processo de vendas na qual o vendedor encontra-se com o comprador e tem sua primeira conversa com ele, a fim de dar um início positivo ao relacionamento. **2.** Maneira de tratar a criação de um anúncio ou determinada campanha.

**ARARA:** Expositor de arame para pendurar cabides com roupas nos PDV's.

**ARMAÇÃO:** Elemento rígido que segura os vários componentes de um expositor.

**ARTE FINAL:** Produto final gráfico ou informatizado do qual se obtém o fotolito ou arquivo para impressão digital.

**AUDITORIA DE PDV:** Avalia um ou mais itens dentro de um ponto de venda (qualidade do atendimento, exposição de produtos, sortimento, sinalização, *merchandising* etc.).

**AUTOSSERVIÇO:** Sistema de vendas no qual o consumidor tem acesso direto ao produto, sem assistência de um vendedor.

**B2B:** *Business to business* - relação de negócios entre empresas.

**B2C:** *Business to consumer* - relação de negócios entre empresas e o consumidor final.

**B2G ou BTG:** *Business to Government* – comércio entre empresas privadas e o governo.

**BACK LIGHT:** Peça dotada de iluminação interna que apresenta mensagem e/ou imagem.

**BACK OFFICE (BKO):** Equipe interna da agência para apoio operacional, tratamento e análise de informações. Pode ser exclusiva ou não.

**BALCÃO DE DEGUSTAÇÃO:** Stand que tem como objetivo dar a conhecer ou divulgar de forma personalizada um produto apresentado por um promotor ou demonstrador.

**BANDEIROLAS:** Conjunto de cartazes pendurados em varal para decoração do PDV.

**BANDEJA DE TROCO:** Suporte colocado sobre o balcão que leva publicidade e sobre o qual se devolve o troco.

**BANDEJA DE PESCOÇO:** Bandeja que é pendurada no pescoço da promotora para divulgação/degustação de produto.

**BANNER:** Peça impressa em material rígido ou flexível terminada em formato arredondado ou em "V", para ser fixada verticalmente.

**BATCH:** Marcação de data de fabricação, lote e vencimento de um produto.

**BEM DE CONSUMO:** É um bem que se destina a satisfazer as necessidades de consumo de um indivíduo. Exemplos de bens de consumo: alimentos, roupas, cadeiras, televisões etc. Não são bens de consumo maquinários destinados a auxiliar na produção de outros bens. Podemos dividir os bens de consumo por tipo: Bens Duráveis, Bens Não Duráveis e Serviços.

**BERÇO:** Suporte preparado para receber o produto dentro da embalagem.

**BIG PLAYERS:** Grandes empresas em determinado setor / mercado. Líderes de mercado. Ex: as maiores redes de supermercados.

**BIOMBO:** Elemento de três ou mais partes que cumpre função de display articulado no PDV.

**BLIMP:** Inflável hermético de grandes dimensões, colocado em ambientes amplos e externos contendo mensagem e/ou imagem, normalmente alimentado por gás hélio.

**BLISTER:** Apresentação de um produto embalado entre um suporte de cartão e uma estrutura de plástico transparente, permitindo a visualização do mesmo.

**BONECO:** Projeto de material gráfico destinado a dar uma idéia do aspecto que terá a peça.

**BONUS PACK:** Embalagem bonificada com maior quantidade de produto do que na embalagem convencional.

**BOTTON:** Peça promocional em forma de broche, que pode ser produzida em diferentes formatos.

**BOX PALLET:** Caixa utilizada para o transporte e a apresentação de mercadoria de grande volume nos PDV's (supermercados, hipermercados e atacadistas).

**BRIEFING:** Conjunto de dados comerciais ou de marketing que servem de base para estudos de promoção e merchandising, elaboração de campanhas e confecção de peças em geral.

**BRINDE, UNIFORME, MATERIAL DE APOIO:** Em geral utilizados para apoiar as degustações nos PDV's.

**BROAD SIDE:** Folheto destinado ao público interno e intermediário (distribuidores e varejistas) apresentando o produto e a sua campanha de comunicação.

**BROKER:** Agente de distribuição terceirizado.

**BUDGET:** Orçamento que define as verbas (é a tradução inglesa de orçamento, verba, dinheiro. Ex.: "Esta operação está fora do meu *budget*" = não cabe no meu orçamento).

**CADEIA DE ABASTECIMENTO:** (*Supply chain*) conjunto de organizações que se inter-relacionam, criando valor na forma de produtos e serviços, desde os fornecedores de matéria prima até o consumidor final.

**CAIXA DE EMBARQUE:** Embalagem/caixa que acondiciona os produtos para serem transportados/estocados. Em geral é de maior resistência que a embalagem habitual do produto.

**CALANDRAR:** Processo que consiste em curvar chapas metálicas deixando-as em formato ondulado.

**CAMPANHA:** Conjunto de ações e esforços para se atingir um fim determinado. Totalidade das peças publicitárias criadas segundo um planejamento anterior e que serão veiculadas para um público-alvo definido. Conjunto de operações mercadológicas com um objetivo determinado.

**CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO:** Meios utilizados para fazer com que os produtos e serviços saiam do produtor e cheguem ao cliente final. São os meios utilizados para se definir o *P Praça* (um dos 4 *P's* do marketing).

**CANALETA:** Ver Faixa de Gôndola.

**CANAL DEC:** Distribuidores específicos de categorias. Ex: Produtos de higiene e cosmética.

**CANTONEIRA:** Ver Faixa de Gôndola.

**CARTAZ AÉREO:** Cartaz produzido em qualquer material destinado a ser pendurado no alto dentro do PDV.

**CARTAZ DE PDV:** Peça impressa em papel ou outra superfície, apresentando mensagem e/ou imagem, para ser fixado no PDV.

**CARTAZETE:** Cartaz menor de diversos formatos, geralmente utilizado em PDV.

**CATÁLOGO:** Material destinado a ilustrar os produtos/serviços que a empresa disponibiliza aos clientes.

**CAVALETE:** Elemento de sinalização móvel, geralmente localizado na entrada do PDV.

**CESTO:** Peça normalmente construída em metal para acondicionamento e exposição de produtos no PDV.

**CHECK LIST:** Documento com itens de verificação e acompanhamento detalhado de ações promocionais ou eventos.

**CHECK OUT:** Caixa registradora do varejo.

**CHECK-STAND:** Prateleiras ao lado da caixa registradora do supermercado.

**CÓDIGO DE BARRAS:** Código internacional de identificação de produto. Contém informações sobre o país onde o produto é produzido, empresa fabricante e tipo de produto.

**COMENDAS:** Peça composta de fita em tecido nobre e medalha em bronze, prata ou ouro, utilizada para condecorar pessoas.

**COMPRA IMPULSIVA:** Ocorre quando o consumidor, levado por um súbito desejo, adquire um produto em que, conscientemente não pensara.

**COMPRA PREMEDITADA:** Ocorre quando o consumidor decide antecipadamente sobre o produto que quer comprar, a marca, o tamanho, o preço etc.

**COMPRA SUGERIDA:** Ocorre quando o consumidor decide a compra influenciado por terceiros como, por exemplo, comerciante, demonstradora, etc.

**COMPRADOR MISTERIOSO:** Visita surpresa por uma determinada pessoa contratada pela empresa fabricante ao local de venda, para checar se o vendedor está oferecendo o produto.

**CONTAINER:** Ver Cesto.

**CORNER:** Conjunto de elementos de apresentação de uma marca ou de uma linha de produtos formando uma mini-loja dentro do PDV.

**COROA:** Peça impressa a ser fixada na parte superior do expositor.

**CRM (Consumer Relationship Management):** Gestão integral e personalizada pela empresa do relacionamento com seus clientes consumidores, através de database marketing, marketing direto, telemarketing, internet, call center, SAC, etc...

**CROMADO:** Acabamento final de proteção ou de decoração de um objeto metálico ou plástico à base de cromo.

**CROMALIN, DU PONT ®:** Prova obtida rapidamente por um processo fotográfico com depósito de pigmentos coloridos. Tecnologia e materiais exclusivos da Dupont.

**CROMALIN / MATCHPRINT / PRESMATCH / PRELO:** Tipos de prova de cor de fotolito.

**CROMO:** Fotografia positiva e transparente.

**CROSS MERCHANDISING:** Ações promocionais realizadas por duas ou mais empresas, visando agregar valor às duas marcas / produtos, utilizando-se da força individual de cada uma, junto ao segmento objetivado. Essas marcas / produtos podem ser complementares, correlatas ou possuir alguma afinidade umas com as outras (ex.: farinha de trigo e fermento, macarrão e molho de tomate).

**CROSS PROMOÇÃO:** Promoção com outros produtos / empresas.

**CROSS SELLING:** Venda cruzada. Ato de oferecer produtos complementares e/ ou agregados àquele que o consumidor adquiriu ou possui. Ação sistemática e automática em operações de *data-base marketing*.

**CUPOM:** Peça distribuída aos consumidores, oferecendo vantagens (descontos, sorteios, brindes e outros) na aquisição de determinado produto.

**DEADLINE:** Último prazo para entrega de um material ou serviço.

**DECISÃO DE COMPRA:** Estágio no qual o consumidor compra.

**DEGUSTAÇÃO:** Atividade promocional que visa oferecer oportunidade ao consumidor de experimentar/degustar um produto alimentício.

**DEMO:** Ato de fazer demonstração de um determinado produto.

**DEMONSTRADOR(A):** Profissional designado(a) para demonstrar os atributos do produto ao consumidor e impulsionar vendas.

**DISTRIBUIÇÃO:** É um dos processos da logística responsável pela administração dos materiais a partir da saída do produto da linha de produção até a sua entrega no destino final. Tipicamente, quando está pronto, o produto é encaminhado ao distribuidor. O distribuidor vende-o para um varejista, que, por sua vez, vende-o aos consumidores finais.

**DISPENSER:** Sistema que coloca em primeiro plano o produto, por meios mecânicos ou por gravidade, podendo ser adaptado a uma prateleira.

**DISPLAY:** Qualquer elemento destinado a promover, apresentar, expor, demonstrar e ajudar a vender o produto ou serviço, podendo ser colocado diretamente no solo, vitrine, balcão e gôndola.

**DISPLAY DE CROSS:** Display de apoio para ser colocado nas gôndolas de produtos complementares.

**DOOR-TO-DOOR:** (1) Distribuição de folheto ou amostra grátis de porta em porta. (2) canal de vendas de grande importância para algumas empresas.

**DOOR-TO-DOOR SAMPLING:** Distribuição de amostras de produto para experimentação de porta em porta, através do trabalho de equipes especializadas.

**DOWN THE TRADE:** Lojas de pequeno varejo.

**DUN 14:** Referência para o código de barras para as caixas de embarque.

**DURATRANS KODAK ®:** Filme de poliéster translúcido, produzido por processo fotográfico, utilizado para impressão de mensagens e/ou imagens em back lights. Tecnologia e materiais exclusivos da Kodak.

**EAN 13:** Referência do código de barras para o produto.

**ECR:** "Efficient Consumer Response" (resposta eficiente ao consumidor): forma de relação de negócio geralmente adotada entre a indústria e o varejo objetivando atender da forma mais eficiente possível às necessidades do consumidor.

**EDI:** "Electronic Data Interchange" (troca eletrônica de dados ): sistema de troca de dados eletrônicos entre indústria e varejo. O sistema é alimentado automaticamente por todos os movimentos das mercadorias na relação entre os dois, possibilitando uma resposta mais rápida, rentável e eficiente no processo de abastecimento de uma loja ou grupo de lojas.

**EMBALAGEM DISPLAY:** Embalagem de transporte que também funciona como display no PDV.

**EMBALAGEM ECONÔMICA:** Criada para consumo em grande quantidade. Normalmente o benefício de redução de custo é repassado ao consumidor.

**EMBALAGEM INSTITUCIONAL:** Criada para grandes utilizadores de produtos como cantinas, hospitais e cozinhas industriais.

**EMBALAGEM PROMOCIONAL:** Embalagem produzida para utilização específica numa determinada promoção (datas comemorativas, "leve 3 pague 2", inclusão de brindes e bônus em volume).

**EMPASTAR:** Colar uma folha em suporte mais rígido ou ondulado.

**ENCARTE:** (1) Folheto publicitário largamente utilizado por redes varejistas, para divulgar produtos de sua linha, que geralmente são promocionados. (2) Material acrescido a uma publicação, que não faz parte e não foi impresso junto com a mesma, que tem identidade visual própria e linha de comunicação específica.

**ENVERNIZADO:** Proteção de suporte impresso por diversos tipos de vernizes.

**EPÓXI (Pintura):** Resina em pó aplicada eletrostaticamente sobre metal, resistente a choques e batidas.

**ESPAÇO PRIMÁRIO OU PONTO PERMANENTE OU PONTO NATURAL:** Local onde o produto é exposto de forma permanente, junto a outros, da mesma categoria, nas prateleiras de gôndolas.

**EXIBIÇÃO CONTROLADA:** É a distribuição dos produtos nas gôndolas e/ou displays, observando-se os volumes de vendas e o público a que se destinam, com a finalidade de ter espaços abastecidos de maneira rentável e padronizada.

**EXTRUSÃO:** Sistema de fabricação de perfis metálicos ou plásticos.

**FACA:** Dispositivo de madeira com lâminas de aço que cortam e vincam, para moldar papel, papelão e outros suportes.

**FACING:** Forma de apresentação de produtos na primeira fila do expositor.

**FAIXA DE GÔNDOLA:** Peça produzida em diversos materiais para ser colocada na parte frontal das prateleiras das gôndolas, servindo como delimitador de espaço dos produtos e/ou como aparador das embalagens, podendo conter mensagens e/ou imagens.

**FAIXA DE RUA:** Mensagem e/ou imagem, impressa ou pintada em tecido ou plástico colocado nas ruas ou fachadas de prédios.

**FIDELIDADE DE MARCA:** Preferência contínua do consumidor em relação a um produto ou serviço.

**FILMLESS:** Sistema de impressão digital que dispensa o fotolito.

**F.I.F.O. - "First in - First out":** É a técnica de expor na frente da gôndola o produto de fabricação mais antiga e atrás o de fabricação mais recente. Esta técnica é conhecida como Rodízio e também pela sigla P.E.P.S. (Primeiro que entra, primeiro que sai). Esta técnica também é utilizada para área de estocagem de produtos.

**FLÂMULA SIMPLES:** Bandeirola fixada em haste vertical.

**FLEXOGRAFIA:** Processo de impressão que utiliza clichês flexíveis e tintas líquidas.

**FLOCADO:** Projeção de fibras sobre uma superfície adesivada.

**FLOOR SHARE / SHELF SPACE:** Distribuição de marcas por produto no ponto de venda ou participação das indústrias nos pontos de venda do varejo. É uma ferramenta extremamente importante para as indústrias definirem suas estratégias de distribuição de produtos, a partir da análise da participação nos pontos de venda, por segmento de varejo, região geográfica e unidade de negócio.

**FLUXO DE LOJA:** É o caminho percorrido pelo consumidor dentro da loja.

**FOLDER:** Folheto impresso em uma única lâmina, geralmente encartado em pastas.

**FLV:** Frutas, legumes e verduras.

**FOLHETO PROMOCIONAL:** Material impresso destinado à promoção de produto ou serviço.

**FOTOLITO:** Lâmina obtida a partir de seleção fotográfica sobre película sensível a luz, para ser utilizado na produção da matriz de impressão.

**FRONT LIGHT:** Peça que apresenta mensagem e/ou imagem com iluminação externa frontal.

**GALVANOPLASTIA:** Processo que permite aplicar um depósito de sais metálicos, liberado por eletrólise, sobre objetos que se deseja cobrir (prata, cromo, latão etc.).

**GANCHEIRA:** Expositor especial para colocação de produtos em blister ou saquinhos.

**GARGALEIRA:** Elemento de promoção colocado nas embalagens que têm formato de garrafa.

**GERENCIAMENTO DE CATEGORIA:** Ação cooperada entre indústria e varejo. Visa destacar uma determinada categoria de produto, que faça parte dos hábitos de consumo dos consumidores, para otimizar a rentabilidade da categoria como um todo para o lojista. A relação se dá baseada em uma confiança mútua entre varejo e indústria. Normalmente eleger-se o líder de cada categoria como "capitão" e estudos são realizados para comprovar o cumprimento dos objetivos traçados.

**GERENCIAMENTO DE ESPAÇO:** Ação cooperada entre indústria e varejo, visando otimizar a exposição e abastecimento na gôndola / prateleira de uma marca específica ou categoria.

**GESTÃO DE PREÇOS NO PDV:** Monitoramento de preços, condições de pagamento, taxas de juros e outras variáveis comerciais praticadas no ponto de venda.

**GIFT-PACK:** Embalagem contendo brinde acoplado anexado ao produto sem custo adicional para o consumidor.

**GIRO:** Termo utilizado para medir o tempo de entrada e saída de um produto do estoque ou gôndola.

**GÔNDOLA:** Prateleiras utilizadas para exposição de produtos no PDV.

**GÔNDOLA STOPPER:** União de uma régua ou canaleta com o Stopper.

**GRIFFE:** (1) Marca forte, de peso, já sedimentada no mercado. (2) Marca de alta qualidade, prestígio e sofisticação.

**GRP (GROSS RATING POINT):** Termo da área da mídia que significa o equivalente a 1% da audiência do universo de telespectadores ou leitores; mas é utilizado para definir a somatória de audiência de comerciais ou anúncios que compõem a campanha (200 GPRs, por exemplo).

**GUALHARDETE:** Peça feita em polietileno ou PVC com gravação em silk ou flexografia, deslocada da barra horizontal superior e similar à flâmula.

**HARD SELL:** Expressão utilizada para definir vendas com abordagens e mensagens diretas, de estilo promocional e sem sutilezas.

**HEAD COUNT (HC):** Número total de pessoas de uma equipe.

**HELIOGRAFIA:** Qualquer processo de decalque fotográfico de textos e desenhos a traço.

**HOTSTAMPING:** Processo de transferência de uma lâmina para uma superfície por meio de calor.

**ILHA:** Exposição de produtos permitindo acesso por todos os lados.

**IMANTADOS:** Também conhecidos como ímãs de geladeira. Produzidos com material magnético flexível, podendo ser impresso e recortado.

**IMPRESSÃO CONTÍNUA (Rotativa):** Impressão utilizando um suporte em bobina sobre máquina rotativa.

**IMPRESSÃO ELETROSTÁTICA:** Sistema de impressão que fixa a tinta por estática elétrica.

**INDOOR:** Atividades realizadas dentro de estabelecimentos, locais fechados.

**INFLÁVEL:** Peça feita em material plástico flexível e hermético, cheio de ar, na qual pode ser impressas ou pintadas mensagens e/ou imagens.

**INFLÁVEL GIGANTE:** Objeto de grandes proporções feito de material emborrachado ou nylon, com alimentação contínua de ar através de um motor.

**INJEÇÃO:** Introdução, sob pressão elevada, de matéria plástica fluidificada por calor dentro de um molde fechado.

**IN-PACK OFFER OU PACK IN:** Oferta de brinde colocado dentro da embalagem de produto promocionado.

**INPUT/OUTPUT ANALYSIS:** Análise insumo/produto, análise de trocas intersetoriais.

**INSTANT CUPON MACHINE:** "Máquina de cuponagem instantânea". Stopper com sistema de distribuição de cupons, colocado ao lado do produto na gôndola para chamar a atenção do consumidor para as promoções e lançamentos, entre outras ações.

**IN-STORE:** Trabalho realizado dentro de lojas ou supermercados com promotores.

**JALECO:** Peça fabricada em tecido, utilizada como uniforme ou como protetor (guarda-pó).



**JOB:** Tarefa com começo, meio e fim, realizada por alguém sem vínculo empregatício, podendo ser constante ou eventual (*freelancer*). Essa palavra é utilizada, também, para designar um trabalho virtual.

**KEY ACCOUNT:** Cliente-chave. Vendedor especializado, formado para administrar grandes clientes, de modo a maximizar o desempenho de vendas.

**KEY ACCOUNT MANAGER:** Gerente de contas-chave. Diferentemente do gerente de produto, o foco deste é na manutenção e no desenvolvimento do relacionamento comercial com o cliente.

**KEY PLAYER:** Parceiro de negócios importante para o “business” da companhia.

**KEY PROSPECTS:** Grupo de compradores que possui o maior poder aquisitivo potencial, dentro de um mercado.

**LAMINAÇÃO:** Plastificação.

**LAYOUT:** Exposição de idéias e esquemas através de imagens impressas.

**LETREIRO:** Denominação nominal ou simbólica de uma marca comercial afixada na parte externa do PDV.

**LETREIRO ANIMADO:** Letreiro equipado com dispositivos mecânicos, elétricos ou eletrônicos que permitem movimentar a mensagem ou apresentação.

**LUMINOSO:** Peça de comunicação iluminada, contendo texto ou imagem para utilização interna ou externa no PDV.

**MANUAL SIMPLIFICADO DE EXIBIÇÃO CONTROLADA:** Trata-se de um pequeno manual medindo 8,5 cm x 13 cm, personalizado, com todas as opções de exibição recomendadas a um mix de produtos, de acordo com os mais variados espaços e tipos de gôndolas e expositores. Possui o formato ideal para ser colocado no bolso da camisa, jaleco etc.

**MAQUETE:** Projeto em 3 dimensões e escala reduzida da peça de merchandising.

**MARCA PRÓPRIA:** Marcas que o varejo lança com o nome do estabelecimento comercial e que geralmente tem um preço mais barato devido à inexistência de investimentos de marketing.

**MARGEM BRUTA:** Diferença entre a venda líquida e o custo dos produtos.

**MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO(Lucro) (ABA):** Variável entre preço e custo, refere-se ao percentual ganho com o preço em cima do custo total. Sendo  $P$ =Preço e  $CV$ = Custo variável do produto. Sua fórmula é  $\frac{P1 - CV1}{P1} \times 100$ . Lucro real do produto.

P1

**MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (Ampro):** Diferença entre o preço de venda e o custo variável por unidade de produto. Recebe este nome porque constitui a contribuição que cada unidade vendida dá para a cobertura dos custos fixos de produção.

**MARKET SHARE:** Fatia de mercado, participação no mercado. Parte do mercado controlada por determinado produto. Muitas vezes, o desejo de alcançar uma participação específica do mercado é anunciado como uma meta do plano de marketing. Veja também Participação de Mercado.

**MARK-UP:** Margem fixa do produto. Refere-se a quanto (%) seu preço é superior ao seu custo. Sua fórmula é  $\frac{P1 - CV1}{CV1} \times 100$ . É a visão de preço de "baixo para cima".

CV1

**MARKUP:** Determinação de um preço de venda no varejo com base em um aumento percentual sobre o custo de atacado. Também chamado de margem.

**MATCH-PRINT 3M ®:** Prova rápida obtida por processo fotográfico. Tecnologia e materiais exclusivos da 3M.

**MATERIAL PERMANENTE:** Peça produzida para ser exposta por um longo período no PDV.

**MATERIAL TEMPORÁRIO:** Peça que objetiva ação específica de curta duração (em geral inferior a três meses).

**MERCHANDISING:** Qualquer implementação feita no ponto de venda com o material de comunicação, conjunto de atividades desenvolvidas em um canal de vendas, visando chamar a atenção do consumidor para um determinado produto e impulsioná-lo à compra.

**MÉTRICAS:** Fórmulas ou métodos de cálculo utilizados para quantificar os indicadores de desempenho e permitir as comparações com as informações pertinentes.

**MIX DE MARKETING:** 1. Conjunto de decisões coerentes (voltadas para o preço, o produto, a combinação e a distribuição) por meio das quais a empresa pretende atingir o segmento de consumidores escolhido como objetivo. 2. Grupo de variáveis de marketing controláveis que a empresa combina para produzir a resposta que deseja no mercado-alvo.

**MIX DE PRODUTO:** Grupo de todas as linhas e itens de produto que um vendedor em particular oferece aos compradores.

**MÓBILE:** Peça promocional aérea sustentada por fios.

**MOCK UP:** Boneco de um produto ou embalagem em qualquer escala, geralmente utilizado para produção fotográfica.

**MODULAR:** Diz-se de elementos que podem ser montados por justaposição ou encaixe segundo a quantidade de produtos a apresentar, ou de acordo com o espaço disponível.

**MONOGRAFIA:** Encadernação com informações técnicas e científicas do produto, bem como suas indicações, características, benefícios e diferenciais.

**MOSTRUÁRIO:** Conjunto de amostras de produtos.

**MOUSE PAD:** Descanso do "mouse" periférico de entrada do computador. Serve para deslizar o mouse. Pode ser um ótimo material promocional, inclusive se acoplado com outras finalidades (Mouse Pad com bloco de recados, Mouse Pad com calculadora e relógio etc.).

**MULTIMÍDIA:** (1) Técnica de utilização de veículos de categorias diferentes em uma campanha publicitária. (2) Diz-se dos computadores/terminais multimídias, que reúnem imagem, som e interatividade.

**MULTIPACK (fourpack, sixpack...):** Embalagem que agrupa uma certa quantidade de um mesmo produto com finalidade promocional.

**MYSTERY SHOPPER:** Ação que avalia o atendimento no ponto de venda por meio de uma simulação de compra. Testa a qualidade do atendimento e a fidelidade dos representantes à marca.

**OFF SET:** Forma comercial da impressão litográfica planográfica. Método mais rápido e barato que os demais, no qual a tinta é transferida da chapa para a blanqueta de borracha e daí para o papel, sendo assim considerado um processo de impressão indireta.

**OMBRELLONE:** Peça tipo guarda-sol, tamanho gigante com formato da cobertura em quadrado para abrigar equipamentos ou várias pessoas.

**ON PACK:** Denominação de conjunto promocional confeccionado com filme termoencolhível. Pode ser um "leve3 pague2" ou anexação de brinde.

**OTC:** Do inglês "Over the Counter", significa "em cima do balcão". Refere-se a produtos que podem ser comercializados sem receita médica.

**OUT-DOOR:** Grande painel de propaganda ao ar livre.

**OUTLET:** 1. Ponto de venda. 2. Passagem. Instituição varejista que vende mercadorias-padrão por preços menores aceitando margens mais baixas e vendendo maiores volumes. Tem como objetivo facilitar o escoamento de pontas de estoque.

**OVER PRICE:** Sobrepreço que o intermediário coloca em um produto, a seu favor.

**PACKSHOT:** Tomada em close do produto usada na produção da mídia eletrônica.

**PAINEL DE CONSUMIDORES:** Tipo de estudo de mercado realizado de uma forma permanente e junto de amostra constante de consumidores, com o objetivo de recolher dados e informações sobre temas ligados a situações de consumo.

**PAINEL PERFURADO:** Painel destinado a receber ganchos que permitem a apresentação de produtos pendurados com ou sem blister.

**PANFLETO:** Material impresso destinado à promoção e larga distribuição, geralmente produzido em pequenos formatos.

**PANFLETAGEM:** Ato de distribuir folhetos em locais estratégicos.

**PANTONE ®:** Catálogo internacional de referência de cores.

**PAPEL OU PLÁSTICO FORRAÇÃO:** Utilizado para forrar base de ilhas/pilhas ou pontas de gôndola.

**PARTICIPAÇÃO DE MERCADO:** 1. Parte do mercado controlada pelo determinado produto; muitas vezes o desejo de alcançar uma participação específica do mercado é anunciado como uma meta do plano de marketing. 2. Objetivos de parcela de mercado.

**PDV:** Ponto-de-venda.

**PÉ AMERICANO:** Suporte de armar fixado atrás de um display, permitindo sua colocação na posição vertical.

**PESQUISA DE CONSUMO:** Processo contínuo pelo qual o produto é aperfeiçoado continuamente e modificado para atender às mudanças de exigências do consumidor. Usada de maneira inteligente, permite que a organização produza de modo equilibrado, sem excedentes e sem baixa produção.

**PESQUISA DE PREÇOS:** Levantamento dos preços de venda. Normalmente realizada pelos estabelecimentos comerciais varejistas para atender a aspectos mercadológicas diversos.

**PILHA:** Agrupamento de produtos em locais de grande circulação dentro do estabelecimento.

**PIN:** Peça em forma de broche, produzido em metal esmaltado. Menor que o bottom.

**PLANO DE AÇÃO:** Documento que estabelece as práticas, os recursos, os métodos, os responsáveis, a prioridade e a sequência das atividades operacionais da organização, em consequência do desenvolvimento dos módulos, itens e diretrizes do planejamento da qualidade, integrados ao planejamento do negócio.

**PLANO DE MARKETING:** Documento formal contendo os objetivos, pressupostos, programas de ação, orçamento, calendário e resumo econômico das ações estratégicas (plano estratégico de marketing) ou operacionais (plano anual de marketing) das empresas no mercado.

**PLANOGRAMA:** Representação gráfica utilizada para organizar, mensurar e controlar o resultado de exposição de um produto ou da sua categoria em uma determinada gôndola, prateleira ou expositor no ponto de venda. É uma ferramenta do *merchandising* que mostra a

quantidade de frentes ou faces, o espaçamento e o posicionamento que um produto, seu sortimento ou sua categoria ocupará no ponto de venda.

**PLASTIFICAÇÃO:** Aplicação de um filme transparente, opaco ou brilhante para melhorar o aspecto e proteger o papel ou papelão.

**PLOTAGEM:** Processo de impressão que permite reproduzir imagens com qualidade fotográfica e pequena quantidade, em diversos tipos de materiais e formatos.

**POLIESTIRENO (PS):** Material plástico muito utilizado em peças promocionais feitas em vacuum forming.

**PONTA DE GÔNDOLA:** Espaço nobre localizado nas extremidades das gôndolas e muito utilizado para promover e aumentar o giro de produtos.

**PONTO DE DOSE:** Local de comercialização onde a indústria de bebidas faz suas atividades promocionais, isto é, bares, boates e restaurantes.

**PONTO DE EQUILÍBRIO:** Nível de atividade de uma empresa onde os custos totais são iguais às receitas, ou seja, o lucro é zero. O Ponto de Equilíbrio pode ser calculado em quantidade, medido por unidades de vendas ou pelo valor das receitas necessárias.

**PONTO DE VENDA (PDV):** Todos os tipos de locais onde ocorram vendas de produtos ou serviços com presença humana: lojas de departamentos, *shopping centers*, lojas próprias, quiosques, inclusive as promoções realizadas em ruas e avenidas das cidades.

**PONTO EXTRA OU ESPAÇO ADICIONAL OU PONTO PROMOCIONAL:** Local onde o produto é exposto de forma promocional (quando se oferece vantagem adicional aos consumidores), por tempo limitado. É um segundo local de exposição, além do espaço primário (ponto permanente ou ponto natural), que visa aumentar a rotação do produto.

**PONTO FOCAL (Exibidor):** Expositor que sintetiza uma ou várias unidades de uma família de produtos que estão à venda.

**PONTO FRIO:** É o local ou locais do ponto-de-venda com rendimento abaixo da média do estabelecimento e que geralmente escapa do fluxo natural da loja.

**PONTO QUENTE:** Local ou locais do canal-de-vendas em que a venda de qualquer produto exposto é maior por metro linear que a média do estabelecimento. Este ponto gera uma zona de atração. Pode ser natural ou criado.

**POPAL BRASIL:** Entidade brasileira voltada ao merchandising do ponto-de-venda e conectado com o POPAI - Point-of-Purchase Advertising Internacional.

**PORTA CARTAZETE:** Suporte com trilhos nas laterais que permite constante troca dos cartazes.

**PORTA FOLHETO:** Ver Take One.

**PORTFÓLIO:** Mix de produtos de uma determinada indústria ou marca. Linha de produtos listados de uma determinada categoria dentro de uma loja. Portfolio de produtos geralmente entende-se por todos os demais produtos de uma empresa que não são o "carro chefe" da mesma.

**POSICIONAMENTO:** A percepção que o cliente tem, ou que se quer que tenha, de uma determinada marca, empresa, produto ou serviço frente aos concorrentes.

**POSICIONAMENTO DO PRODUTO:** Esforço de formular um posicionamento competitivo e um *mix* de marketing detalhado de um produto.

**POSICIONAMENTO NO MERCADO:** Ações empreendidas para que um produto ocupe na mente

do consumidor uma posição clara, distinta e desejável, em relação aos produtos dos concorrentes.

**PÓS-VENDA:** Fase posterior à conclusão da venda e que tem por objetivo verificar a correta entrega do bem ou produto vendido, assim como o grau de satisfação do cliente.

**POSTER:** Suporte de papel ou papelão para ser colocado em superfícies verticais.

**POTENCIAL DE MERCADO:** A máxima demanda possível entre os clientes de um segmento ou de um mercado; previsão do número de clientes potenciais em um determinado mercado ou segmento deste mercado.

**PRE PACK:** Ver Embalagem Display.

**PROMOÇÃO DE VENDAS:** **1.** Conjunto de atividades desenvolvidas em favor de um determinado produto, em que se oferece ao consumidor e/ou ao revendedor vantagem adicional, por um determinado período de tempo, como estímulo à compra. **2.** Conjunto diversificado de ferramentas de incentivo, em sua maioria de curto prazo, que visa estimular a compra mais rápida, e/ou em maior volume, de um produto específico, por consumidores ou comerciantes.

**PROMOTOR:** Profissional designado para divulgar, demonstrar, expor, organizar, alocar e repor produtos dentro do estabelecimento comercial.

**PROTÓTIPO:** Modelo original da peça de merchandising, construído de forma artesanal ou mecanicamente.

**PROVA DE MÁQUINA:** Prova obtida na máquina no início da impressão.

**PROVA DE PRELO:** Prova obtida por impressão a partir do fotolito por processo manual.

**PULL:** Estratégia de marketing que privilegia o contato com o cliente final/consumidor através de forte apoio de comunicação, em especial publicidade e promoção de vendas, e com o objetivo de provocar uma maior procura e compra.

**PURCHASE DECISION:** Ver Decisão de Compra.

**PUSH:** Estratégia de marketing que privilegia o contato com os clientes intermediários e com o objetivo de “pressionar” o aumento da procura e da compra pelo cliente final.

**PUSH GIRL:** Ver Demonstrador(a).

**QUADRICROMIA:** Impressão realizada através das quatro cores primárias.

**QUIOSQUE:** Espaço físico criado para alguma atividade promocional, que pode ter a forma de um balcão, um carrinho, algo que seja extra ao espaço tradicional dentro da loja, que poderá ter promotores divulgando, demonstrando ou degustando produtos.

**REDE DE DISTRIBUIÇÃO:** Todos os pontos de venda onde o cliente/consumidor compra um determinado produto ou serviço.

**RÉGUA:** Ver Faixa de Gôndola.

**REGULAMENTO:** Definição de critérios para participação de uma promoção que envolva sorteio.

**REIMPRESSÃO:** Novo lote de impressão.

**RELACIONAMENTO:** Integra os Serviços de Atendimento. Refere-se a tudo o que uma empresa faz para assegurar um espaço na mente do Cliente fora do âmbito da compra e venda.

**REMUNERAÇÃO VARIÁVEL (RV):** Parcela da remuneração paga pela agência ao empregado, ou pelo cliente à agência, atrelada ao alcance de indicadores previamente ajustados. ex: remuneração atrelada a uma meta de vendas.

**RENTABILIDADE:** Conceito fundamental de planejamento e compra de mídia. O recurso indicado para avaliar a rentabilidade de um plano, quantitativamente, é submetê-lo a estudos de otimização.

**REPOSICIONAMENTO:** Estratégia empregada para incrementar as vendas de um produto ou serviço já existente.

**REPRINT:** Reprodução, na íntegra, de textos, reportagens ou depoimentos, colhidos de publicações, revistas ou periódicos, citando a fonte e o nome do autor.

**RESINITE:** Material plástico de fina espessura para melhor apresentar e proteger a embalagem.

**RETORNO:** 1. Respostas de uma campanha. 2. Volume de vendas reais gerado por uma campanha de marketing direto. 3. Bonificação concedida por veículo pelo patrocínio de um programa ou por negociação especial de volume. Também conhecido como reaplicação.

**RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO (ROI):** 1. Mensuração comum da eficiência administrativa da empresa, segundo a proporção do lucro líquido em relação ao investimento. 2. Valor líquido gerado por um investimento, em determinado período de tempo. Em termos percentuais, significa a taxa representada pelo valor líquido em relação ao investimento total.

**RODÍZIO:** Ver F.I.F.O.

**ROOF TOP:** Peça fabricada em lona plástica no formato de um pião, usado para publicidade. Inflado com ar para exposição permanente.

**ROUGH (Rafi):** Esboço de idéias através de imagens. Fase imediatamente anterior ao "lay out".

**SACOLA PROMOCIONAL:** Peça produzida em materiais diversos, impressa com mensagens e/ou imagens promocionais.

**SALES KIT:** Normalmente utilizado em lançamento de produto ou campanha. É composto por um brinde, uma amostra do novo produto e um "broad side".

**SALES PLAN:** Plano de vendas, orçamento comercial que contempla a projeção das vendas para dado período.

**SALES SHARE:** Percentual de participação no total de vendas – pode ser o total obtido ou o desejado (*sales share* conquistado ou meta de *sales share*).

**SAMPLING (Amostra Grátis):** Versão do produto em quantidade reduzida distribuída gratuitamente aos consumidores para motivar a experimentação.

**SCANNER:** Equipamento eletrônico utilizado para captar imagens analógicas e transformá-las em informações digitais.

**SCHRINK:** Processo de embalar um produto com filme transparente termo-encolhível.

**SEGMENTO-ALVO (*target*):** Segmento de mercado ao qual a empresa decidiu dirigir um conjunto de ações comerciais de marketing, normalmente após ter avaliado o interesse quantitativo e qualitativo do mesmo para o alcance dos objetivos estratégicos e táticos da empresa.

**SEGMENTO DE MERCADO:** Grupo de clientes que possuem características comuns, definidas nos critérios de segmentação.

**SELL IN:** Vendas da indústria para o varejo.

**SELL OUT:** Vendas do varejo para o consumidor.

**SEPARATA:** Publicação de "reprints" de matérias, pesquisas ou artigos científicos sobre assuntos da área de atuação de determinado produto, para ser distribuída como material de consulta.

**SHARE OF MARKET:** Participação de **mercado**. Percentual do mercado total ou de um segmento que uma empresa ou marca detenha.

**SHARE OF MIND:** Participação na cabeça do consumidor, ou seja, a percepção de uma empresa ou marca.

**SHARE OF WALLET:** Participação percentual na renda do consumidor.

**SHELF LIFE:** Tempo de vida útil de um produto.

**SHELF TALK:** Mini-cartazete que destaca a presença do produto na gôndola, e chama a atenção do consumidor para as promoções e lançamentos, entre outras ações.

**SHOP IN SHOP:** Espaço de comercialização de um grupo de produtos, dentro do PDV, com atendimento e check outs próprios.

**SHOPPER:** Comprador, consumidor.

**SHIRNCK:** Processo de embalar um produto com filme transparente e termo encolhível.

**SILK SCREEN:** Processo de impressão por transferência de tinta por intermédio de uma tela de seda ou nylon. Este processo é feito cor a cor.

**SIMULAÇÃO:** Modelo da peça de merchandising, feita artesanalmente em qualquer material para verificação de dimensão. Fase imediatamente anterior ao protótipo.

**SINCOVAGA:** Sindicato do Comércio Varejista Paulista.

**SKY DANCE:** Equipamento composto de material plástico leve e colorido, com motor para ventilação visando acionar o plástico na posição vertical com efeitos de dança no ar.

**SKU:** "Stock Keeping Unit" Item específico que faz parte de um portfólio de produtos.

**SOBRA:** Quantidade excedente do pedido gerada na produção de um lote.

**SPLASH:** Forma gráfica para dar destaque às vantagens ou características de produtos ou serviços.

**STAND:** Espaço construído especialmente para receber clientes e expor produtos em feiras, congressos e eventos afins.

**STAND UP:** Display.

**STICKER:** Pequeno adesivo publicitário.

**STOPPER:** Peça publicitária que se sobressai perpendicularmente à prateleira ou gôndola.

**STORYBOARD:** Descrição ilustrada cena a cena do roteiro de filmagem da peça publicitária. Utilizado em TV e Cinema.

**STUFFER:** Folheto.

**SWOT:** Análise feita durante a fase de planejamento do plano de marketing que visa encontrar as forças e fraquezas da empresa e as oportunidades e ameaças do mercado atendido por essa empresa. Tem a finalidade de traçar estratégias, intensificar as forças e oportunidades e eliminar ou diminuir as fraquezas e ameaças. Uma das partes componentes do Plano de Marketing.

**TAG:** Etiqueta.

**TAKE ONE:** Expositor de mesa ou balcão para folhetos no qual o consumidor se serve.

**TEASER:** Chamada utilizada para despertar a curiosidade, antecedendo uma campanha de comunicação.

**TERMINAL:** Ver Ponta de Gôndola.

**TESTEIRA:** Estrutura colocada no alto do display ou gôndola, contendo algum elemento que identifica o produto ou outra mensagem.

**TIRA OU FITA DE GÔNDOLA/ DISPLAY:** Material com mensagem/ imagem impressa em papel, cartão ou poliestireno, devendo ser introduzido em canaletas/ trilhos de displays/ gôndolas ou aparadores/ cantoneiras.

**TOMBSTONE:** Duas placas de acrílico transparente (coladas) sem base, com logotipo da empresa ou marca.

**TOTEM:** Peça sinalizadora vertical e longilínea.

**TRAÇO:** Definição de ilustração ou símbolo em linha, sem meios tons, em P&B ou cor chapada.

**TRADE MARKETING:** A mais importante característica do Trade Marketing é a criação de um relacionamento entre fornecedor e cliente, que vai além da negociação. A prioridade da área não são as questões comerciais e sim o planejamento estratégico a médio e longo prazo.

**TURNOVER:** Taxa percentual de giro entre as pessoas de uma equipe.

**URNA:** Caixa destinada a recolher os cupons de participação em uma operação promocional.

**VACUUM FORMING:** Processo que permite obter objetos na forma desejada a partir de termoplásticos pré-aquecidos.

**VALE BRINDE:** Cédula impressa que dá direito a receber brindes.

**VASCA/MESA:** Para exposição de produtos promocionais ou legumes e frutas na seção de hortifrutis dos supermercados.

**VERNIZ COM RESERVA:** Processo de aplicação do verniz U.V. em áreas delimitadas.

**VERNIZ U.V.:** Verniz seco por radiação ultravioleta, usado em impressão gráfica para melhorar o acabamento.

**VINCO:** Conformação feita por pressão de uma "faca" sobre o papel ou papelão, para permitir seu dobramento.

**VIP:** "Very Important Person".

**VISUAL AID:** Material para apoio visual na abordagem ao médico. Muito semelhante ao broad side quanto ao formato, contém informações importantes quanto a características, pesquisas e benefícios do produto.

**VITRINE:** Local específico para ambientação e/ou exposição de produtos e peças.

**VOLANTE:** Material impresso em uma única lâmina de papel de baixa gramatura.

**WOBLER:** Material confeccionado em acetato com função semelhante ao de um Stopper, mas com um diferencial de se movimentar com deslocamento de ar.