

NISSIN

Miojo

VAREJO, PDV E DISTRIBUIÇÃO

Anhembi Morumbi – MBA em Gestão de Marcas
Matéria: Gestão da marca no Varejo
Alunos: Márcia Vital e Rogério Weikersheimer

NISSIN

Miojo



Nissin Foods Co.

- Fundação 1948
- Sr. Momofuku Ando
- Lámen instantâneo

25/08/**1958**



NISSIN

Miojo



Significado da palavra **Lámen**



- **LA** = massa esticada/estirada
- **MEN** = macarrão

NISSIN

Miojo



A Nissin no Japão e no Brasil

JAPÃO

AJINOMOTO X



X



No Japão, as três empresas competem diretamente com produtos que vão do macarrão instantâneo à iogurtes, balas e bebidas. A Miojo no Japão é com “Y” e não com “I”.

BRASIL

AJINOMOTO



Miojo

No Brasil, a Nissin comprou a marca Miojo e se aliou à Ajinomoto para fazer toda a parte comercial e todas as negociações com PDVs. A Ajinomoto não vende macarrão no Brasil, só temperos e sal.

NISSIN

Miojo



Concorrência no Japão



Myojo



Ajinomoto



Nissin

NISSIN

Miojo



Concorrência (**direta**) no Brasil

Maggi



Vigor



Renata



Carrefour



NISSIN

Miojo



Posicionamento no Brasil



- **Líder** de mercado
- Mais de **80** distribuidores na América do Sul
- Target: Classes **B, C e D** + Linha **infantil** (Turma da Mônica)
- Carro chefe: Miojo Lámen sabor **Galinha Caipira**

NISSIN

Miojo



3 conceitos são fundamentais para a distribuição dos produtos **NISSIN**:

→ **Mix de Produtos**

→ **Merchandising**

→ **Distribuição Numérica**

NISSIN

Miço



Mix de **Produtos**: Portfolio Nissin

- **Linha Lámen**

*Tradicional(10), Light(3), Cremoso(5),
Turma da Mônica(3), Hot(4),
Yakissoba(5) e Pasta Pronta (3)*



- **Linha Sem Caldo**

Talharim(5)



- **Linha 500g**

Talharim, Yakissoba e Espaguete

- **Linha Copo**

Tradicional(5) e Cremoso(4)

NISSIN

Miojo

VAREJO PDV E DISTRIBUIÇÃO

Definições da Nissin sobre o Mix

- Mix **mínimo** num PDV:
Galinha Caipira, Carne e Galinha.
- Mix **básico** num PDV:
Galinha Caipira, Carne, Galinha, um sabor de Lámen Suave, um sabor de Lámen Cremoso, um Lançamento, um sabor de Cup Noodles Tradicional e um sabor de Cup Noodles Cremoso.

NISSIN LÁMEN

NISSIN
CUP NOODLES

NISSIN LÁMEN
CREMOSO

NISSIN

Miojo

VAREJO, PDV E DISTRIBUIÇÃO

Produtos regionais e/ou sazonais

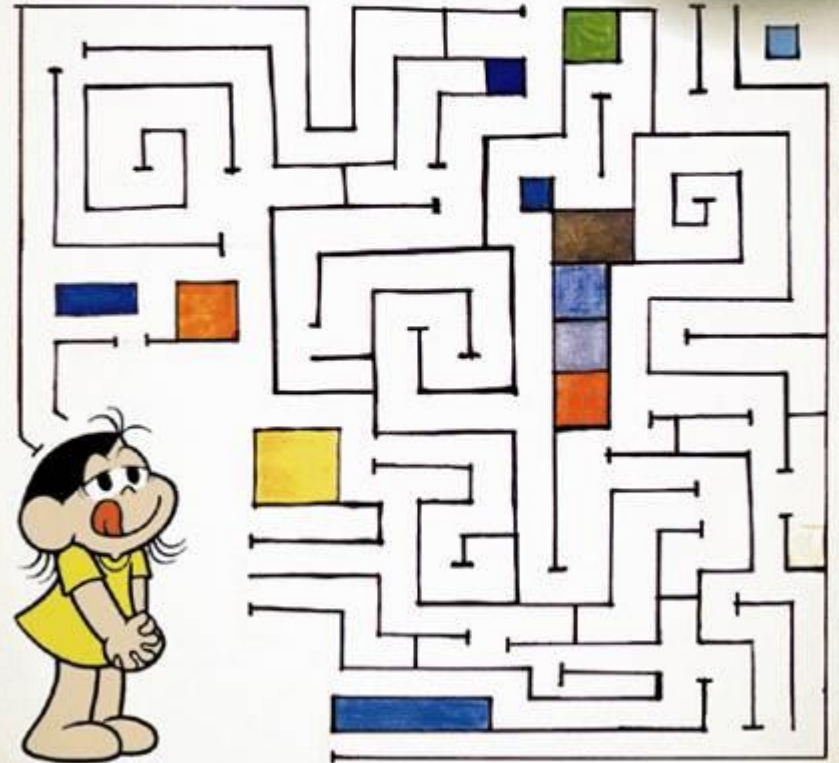


NISSIN

TURMA DA Mônica



Ajude a Magali a almoçar.



PROMOÇÃO DIA DAS CRIANÇAS

Nissin Lámen

TURMA DA Mônica

Compre 2 produtos Nissin e concorra a prêmios da Turma da Mônica! São três bonecos, uma barraca e um super jogo.

São 5 ganhadores!



nissin
Turma da Mônica

NISSIN

Miojo



O que é **merchandising**?



Sem



Com

Principais funções do merchandising

1. Aumentar as vendas por impulso
2. Criar elo de ligação entre a propaganda e o produto no PDV
3. Atrair a atenção do consumidor
4. Apresentar o produto de forma mais atraente
5. Obter melhor cooperação do revendedor
6. Melhorar a promoção e identificação da marca ou produto
7. Ajudar os funcionários do varejo
8. Associar o tipo de loja ao produto
9. Ajudar representantes do fabricante e do distribuidor
10. Obter melhor cooperação dos atacadistas

NISSIN

Miojo



Vende melhor

- O que se vê em grande quantidade
- O que se pode tocar e comparar
- O que está ao alcance das mãos

NISSIN

Miojo

Distribuição Numérica

Positivação: Colocar um produto num PDV. Quanto mais produtos em quanto mais PDVs, maior a positivação da marca.



Especificação dos pontos no PDV

- **gôndola ou prateleira;**
- **vascas, cestões;**
- **pilha simples** (*pilha de um só produto*);
- **pilha múltipla** (*pilha com dois ou mais produtos*);
- **ilha** (*grande pilha isolada no meio de um corredor largo*);
- **terminal de gôndola** (*sempre com cartaz e papel forração*);
- **pilha encostada em parede;**
- **displays** (*que comportem produtos ou que apenas o divulguem*);
- **stands** (*montagem de espaço especial ou corner*);
- **balcões** (*mesinhas com rodas e testeiras, onde uma promotora pode demonstrar*);
- **vitruines** (*externas ou internas*).

O produto exposto na gôndola

Pontos principais a serem observados em uma exposição:

- **Localização** – escolha dos melhores locais de tráfego;
- **Agrupamento** – separação por categoria de produto;
- **Posicionamento** – altura para olhar, alcance para pegar;
- **Comunicação** – sinalização com preço, oferta etc.;
- **Volume** – quantidade suficiente de mercadoria;
- **Separação** – cada sabor bem destacado e separado do outro;
- **Visibilidade** – analisar a iluminação e a distância da prateleira;
- **Acessibilidade** – o fácil manuseio atrai o consumidor;
- **Disponibilidade** – quanto maior a variedade de produtos, melhor.

Sentidos Humanos

- 1,0% pelo PALADAR
- 1,5% pelo TATO
- 3,5% pelo OLFATO
- 11,0% pela AUDIÇÃO
- **83,0% pela VISÃO**



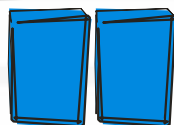
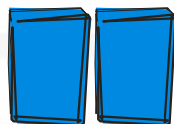
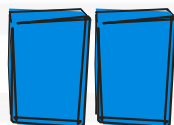
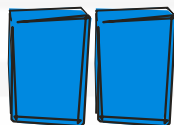
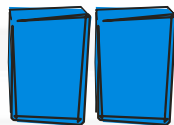
Altura ideal na gôndola

- altura máxima para colocar um produto: **2,00m**;
- altura dos olhos (*melhor local para expor*): **1,60m**;
- altura das mãos (*ponto de pega*): **de 1,20 a 1,60m**;
- altura mínima para expor um produto: **0,50m** (*abaixo desta altura, só uma base*)

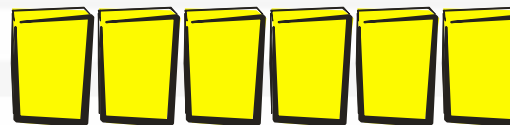
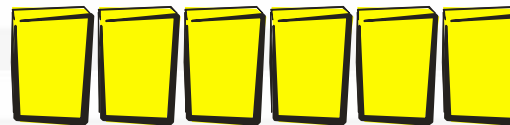


Arrumação lógica

Vertical



Horizontal



Em Blocos

Melhor forma de exposição no PDV

- O espaço imediatamente **em frente** à entrada principal não é o mais apropriado às exposições de vendas;
- O freguês, em geral, anda de **três a quatro metros** antes de diminuir sua marcha e aí, começará a prestar atenção nas mercadorias;
- Os pontos mais fortes para a exposição são os que se encontram nos **finais das passagens** (pontas de gôndolas), onde os fregueses são forçados a virar (fazendo a curva) e a deter-se em frente dos displays ou exposições por mais tempo;
- As mercadorias devem estar expostas **bem classificadas**, sem confusão ou mistura (embora próximas) para evitar confusão ao olhar do cliente;
- Ao fazer uma pilha, não deixe as mercadorias de cima **“certinhas demais”** pois a arrumação impecável intimida o freguês;
- Evite a monotonia, **mesclando as cores** das embalagens semelhantes e arrumando as caixas por tamanho.

NISSIN

Miojo

VAREJO PDV E DISTRIBUIÇÃO

**Quem é quem
no PDV?**

CONSUMIDOR
EQUIPE
SUPERVISOR

PROMOTOR
VENDEDOR
FORNECEDOR



NISSIN**Miojo**

Do consumidor ao fornecedor

O **consumidor** vai da sua casa até o ponto de venda. Lá ele é atendido por uma **equipe** que está subordinada ao **supervisor**. Este recebe o **promotor** para a colocação e controle dos produtos em seu estabelecimento, assim como negocia com o **vendedor** a compra dos mesmos. Finalmente, o **fornecedor** é quem produz as mercadorias e chefia o controle dos promotores nos pontos de



NISSIN

Miojo



Falando um pouco de **branding**

Pelo fato da distribuição da Nissin ser (muito) **intensiva** e **quantitativa**, seus produtos ficam expostos tanto em supermercados “vips” como em vendinhas em vilas do interior do país. Por isso a preocupação com a imagem é fundamental para o sucesso da marca.





Fábrica



NISSIN

Miojo

Displays de PDV



NISSIN

Miojo

Campanhas publicitárias



NISSIN

Miojo



Nissin Lámen Light. A melhor receita para manter a forma.



Com Nissin Lámen Light, você mantém a forma sem perder tempo e sem usar mais do que 200 calorias por pacote. É tão gostoso quanto o tradicional, mas com 20% menos calorias e 85% menos gordura. Ideal para quem está de dieta ou precisa aderir à dieta. Experimente hoje! É mais uma das receitas que a Nissin criou para você. Não queira perder nada!



SAC 0800 14 80 20

NISSIN LÁMEN LIGHT PARISIENSE — **Ingredientes:** 01 pacote de Nissin Lámen Light sabor Galinha Caipira + 3 colheres (sopa) de presunto picado (30 g) + 02 colheres (sopa) de ervilha (22 g) + 01 colher (sopa) de queijo tipo cremoso light (20 g) + Salinha picada a gosto.
Modo de Preparo: Prepare o Nissin Lámen Light sabor Galinha Caipira conforme as instruções da embalagem. Acrescente o presunto, a ervilha, o queijo e o sal a gosto. Misture a cada etapa. Sirva em separado. **Rendimento:** 1 a 2 porções. **Valor calórico da receita:** 413 calorias.



33% menos calorias. 85% menos gordura.
 Novo Nissin Lámen Light. Você ganha em sabor e perde em calorias.



NISSIN

Miojo

Web site



The screenshot shows a website layout with a yellow border. On the left, a large image of a plate of pasta is accompanied by a red circular badge that says "MOM3NTO MIOJO~". Below the plate, a small green icon and the text "Talhador Nissin com Atum e Brócolis" are visible. The main content area is divided into several sections: a red section with the text "3 MINUTINHOS NOVIDADE NISSIN" and a white line-art icon of a bowl; a section with a green package of "PASTA PRONTA ao Sugo" and a red background with white line-art icons of a spoon and a fork; a section with the text "RECEITAS Diversas receitas práticas" and two small images (one of a dish, one of a woman's face); a section with the text "SABORES NISSIN (UM MELHOR QUE O OUTRO)" and a downward arrow; and a dark red section with the text "3 MINUTOS DE SILÊNCIO ao criador do macarrão instantâneo". A red starburst icon with the word "FOME" is also present. At the bottom, a navigation bar contains the following links: "A NISSIN", "SABORES", "RECEITAS", "VIDA COM SABOR", "FUN HOUSE", "CAMPANHAS", "PERGUNTE", and an email icon. The Nissin Miojo logo is in the bottom right corner.

NISSIN

Miojo



Evento de degustação Yakissoba



NISSIN

Miojo



Informações nas embalagens



Embalagem
reciclável



NISSIN

Miojo



Mascote Nissin



NISSIN

Miojo



Orgulho corporativo



NISSIN

Miço

Concurso de PDVs (cont.)



NISSIN

Miojo

Concurso de PDVs



NISSIN

Miojo

Concurso de PDVs (cont.)



NISSIN

Miojo

Concurso de PDVs (cont.)

VAREJO, PDV E DISTRIBUIÇÃO



NISSIN

Miojo

Concurso de PDVs (cont.)



NISSIN

Miojo

Concurso de PDVs (cont.)



NISSIN

Miojo

Concurso de PDVs (cont.)



NISSIN

Miojo

VAREJO, PDV E DISTRIBUIÇÃO

Péssimo exemplo da concorrência



NISSIN

Miojo

VAREJO, PDV E DISTRIBUIÇÃO

Obrigado

