

eBook
Stringhini



NÃO CONSIGO
VENDER BEM

**Por que sua loja não está
vendendo o suficiente?**

VENDAS

• POUCAS VENDAS

• POUCAS VENDAS

• POUCAS VENDAS

• POUCAS VENDAS

• POUCAS VENDAS

• POUCAS VENDAS

POUCAS VENDAS

POUCAS VENDAS

POU

Se você sente que sua loja de vizinhança ou conveniência não está performando como deveria, mesmo com bom atendimento e localização estratégica, é hora de olhar para os detalhes que realmente fazem a diferença no resultado.

Na Stringhini, temos uma premissa clara: vendas são reflexo direto da execução dentro da loja. E, como destacou nosso CEO João Stringhini no último webinar, existem gargalos comuns que se repetem em negócios por todo o Brasil, principalmente no varejo, e que, quando corrigidos, destravam um novo patamar de faturamento.



01 Falta de padrão nas operações

O primeiro grande erro é a ausência de padrão. João foi categórico: não há loja boa, com gerente ruim e sem padrão claro.

O cliente precisa ter uma experiência consistente, do visual à abordagem no atendimento. E isso só é possível com regras operacionais bem definidas, treinamento contínuo e metas claras. O padrão não é burocracia: é a base para inovar com eficiência e escalar resultados.

02 Layout mal planejado e sinalização confusa

Um dos maiores sabotadores de vendas é o layout que não conversa com o fluxo natural do cliente. Entradas mal aproveitadas, produtos com baixa atratividade em locais nobres e falta de sinalização clara confundem o shopper.

Se a loja não respeita o fluxo mental do consumidor, ele entra, pega o básico e vai embora, sem estímulo para compras por impulso.

→ **Solução:** aplique o conceito da “primeira posição” (a área ao redor da entrada) com produtos de impacto. Use planogramas que organizem os produtos conforme a “árvore de decisão” do cliente, ou seja, o jeito como ele pensa ao comprar.

03 Mix de produtos insuficiente ou mal distribuído

Muitas lojas deixam de vender mais porque trabalham com um mix reduzido e desorganizado. Menos de 400 SKUs (itens) é insuficiente para uma operação de conveniência performar. E mais: mesmo com muitos produtos, se a exposição não for clara e lógica, o resultado será o mesmo que ruptura.

→ **Solução:** pense o mix a partir do comportamento do seu público. Na Stringhini, usamos a metodologia de Gerenciamento por Categorias sob a ótica do consumidor, organizando os produtos em categorias como destino, rotina, conveniência e sazonal — e não apenas por tipo ou fornecedor.



04 Produtos expostos sem lógica de consumo

Um erro comum é misturar itens que não fazem sentido juntos. Por exemplo: produtos automotivos logo na entrada ou bebidas alcoólicas ao lado de produtos infantis. Isso gera ruído mental, quebra a lógica de compra e enfraquece a percepção da loja como um lugar inteligente para comprar.

→ **Solução:** exponha os produtos com coerência. Aposte em blocos por categoria e evite misturas confusas. Produtos que estimulam compras por impulso, como balas, chicletes, pilhas e preservativos devem estar próximos ao checkout, e não escondidos por medo de furtos.

05

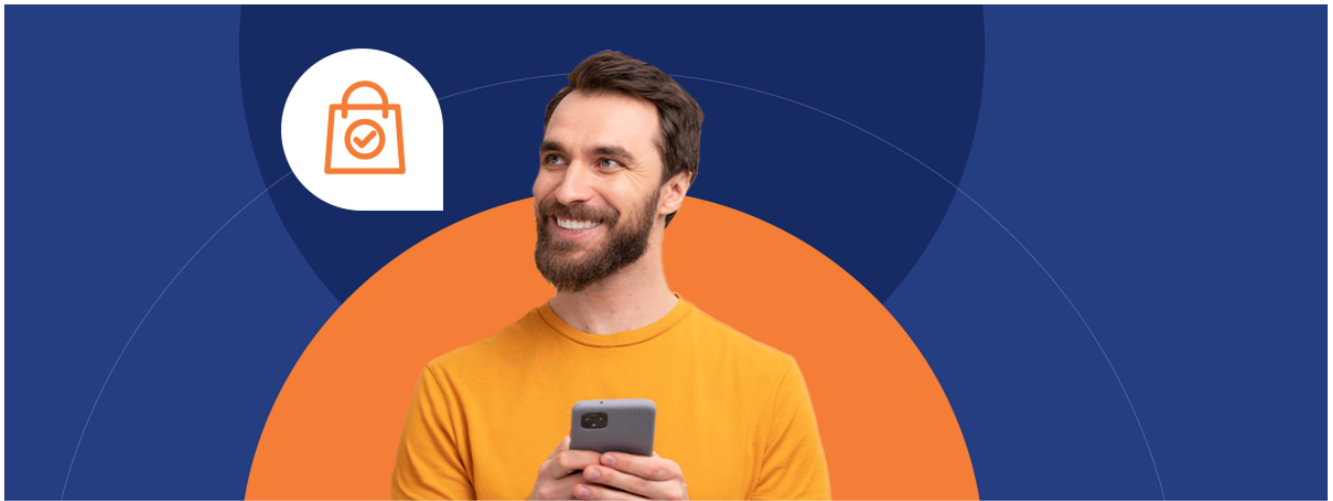
Falta de atualização visual e contextual

Segundo João Stringhini, uma loja que não é reformada há mais de 5 anos pode aumentar as vendas em até 30% só com uma atualização de fachada, iluminação e disposição interna.

O consumidor está treinado visualmente por tendências, e quando a loja parece “parada no tempo”, o efeito é direto na percepção de valor da marca.

→ **Solução:** não espere a loja “ficar velha” para se mexer. Planeje uma renovação visual periódica, mesmo que básica. Cores, texturas e equipamentos atualizados fazem diferença. E sim, banheiros limpos e bem cuidados vendem mais.





06 Esteja Presente nas Mídias Locais

A loja só performa com metas claras. E não só para a equipe inteira, mas individualizadas. Cada colaborador deve saber seu papel e seu número. A gestão precisa acompanhar, dar feedback e reconhecer desempenhos, como num time de futebol, com técnico, treino e tática.

→ **Solução:** implemente a metodologia de alta performance da Stringhini, com metas individuais, plano de execução, rotina de gerente e indicadores visuais. Isso gera engajamento e faz a equipe jogar junto por resultados.

Tome Decisões Mais Inteligentes no Seu Varejo! 🔥

Entre em contato agora com nossos especialistas e descubra
como usar o varejo inteligente para vender mais e melhor.

