

Convenção 2018



Ambev Bruno Marsillac



como evoluir no serviço ao cliente



Todas

Vídeos

Shopping

Notícias

Imagens

Mais

Configurações

Ferramentas

Aproximadamente 519.000 resultados (0,55 segundos)

DEVEMOS CONHECER PROFUNDAMENTE



PRODUTO



CLIENTE



OPORTUNIDADES

DEVEMOS CONHECER PROFUNDAMENTE



PRODUTO



CLIENTE



OPORTUNIDADES

CONSUMIDORES
MAIS INTERESSADOS EM

CONHECIMENTO CERVEJEIRO

FOLHA DE S. PAULO



Consumidores se encantam
com a variedade de estilos
cervejeiros no Brasil





ASSUNTO CERVEJA VIROU MOEDA

S O C I A L

@felipebarros

Uma Weiss sempre vai bem no calor

12:08 – Out 21, 2017

@rodrigasantos

Porter já virou meu estilo
preferido, harmonizado
com chocolate então

13:17 – Jun 12, 2017

@tellmeitsallgay

Hoje foi dia de jantar com
uma IPA, cerveja muito
boa.

9:17 – Nov 15, 2017

@isabella

Tamo aqui discutindo a
diferença entre chopp e
cerveja

5:25 – Set 1, 2017

FAMÍLIAS DE CERVEJA

LAGER



CERVEJAS DE BAIXA
FERMENTAÇÃO

FAMÍLIA DO ESTILO
MAIS CONSUMIDO
NO MUNDO

AMERICAN LAGER

ALE

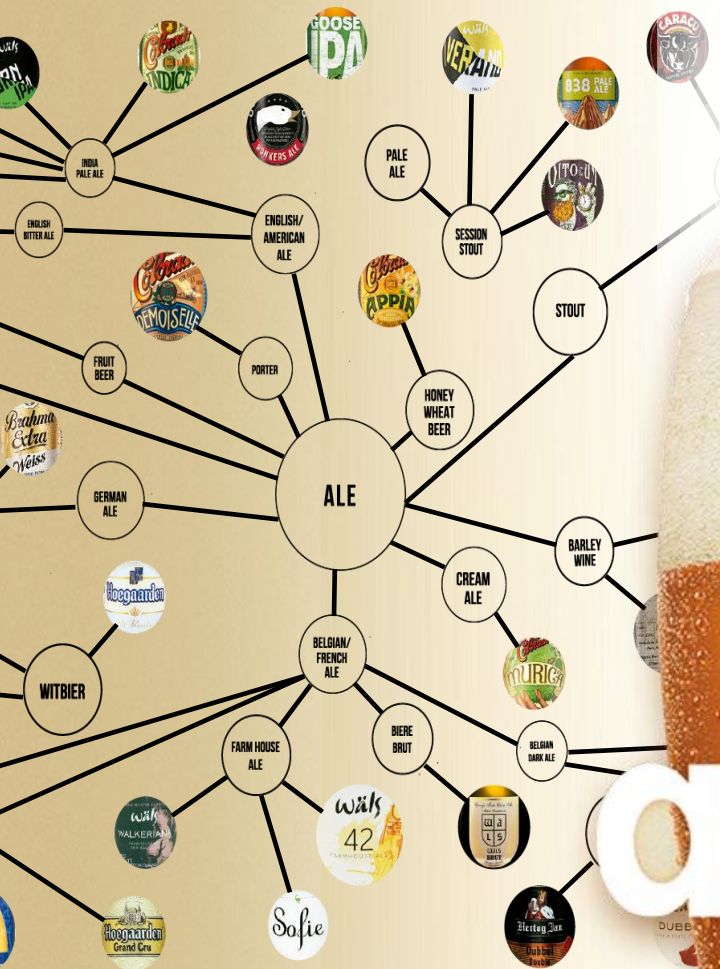


CERVEJAS DE ALTA
FERMENTAÇÃO

FAMÍLIA COM A
MAIOR VARIAÇÃO
DE ESTILOS

Pale Ale, IPA...

ambev



CATEGORIAS DE CERVEJA

PESO DO
VOLUME



CORE

93%

7%



PREMIUM



E O QUE DEFINE UMA
CERVEJA?
COMO BOA

É o cuidado com a

QUALIDADE!

E com os

INGREDIENTES!

SÃO

376 ITENS

DE CONTROLE
DE QUALIDADE

Que começam a **partir da origem e**
fim de cada um dos ingredientes.

São **1.300** **16** degustações
pontos de
controle para cada lote



DEVEMOS CONHECER PROFUNDAMENTE



PRODUTO



CLIENTE



OPORTUNIDADES



O CONSUMIDOR DE CERVEJA COMPRA EM
MÉDIA **3 A 4** MARCAS

PRINCIPAIS ATRIBUTOS CONSIDERADOS
NA ESCOLHA DAS MARCAS



SABOR



PREÇO

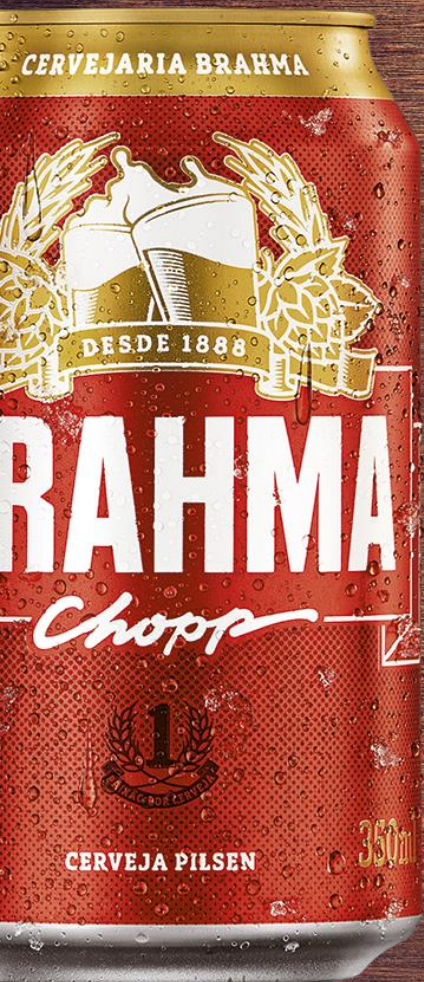


QUALIDADE



APARÊNCIA

O NOSSO CONSUMIDOR



ESCOLHA DA MARCA



**MARCA
FAVORITA**

**DESEJO DO
CONSUMIDOR**

**Ele se permite
GASTAR MAIS**

**MARCA
INTERMEDIÁRIA**

**CUSTO x
BENEFÍCIO**

**Opção ACEITA
pela maioria**

**MARCA
BARATA**

**BAIXO
CUSTO**

**Alternativa MAIS
EM CONTA para
continuar tomando
cerveja**

MISSÕES DE COMPRA



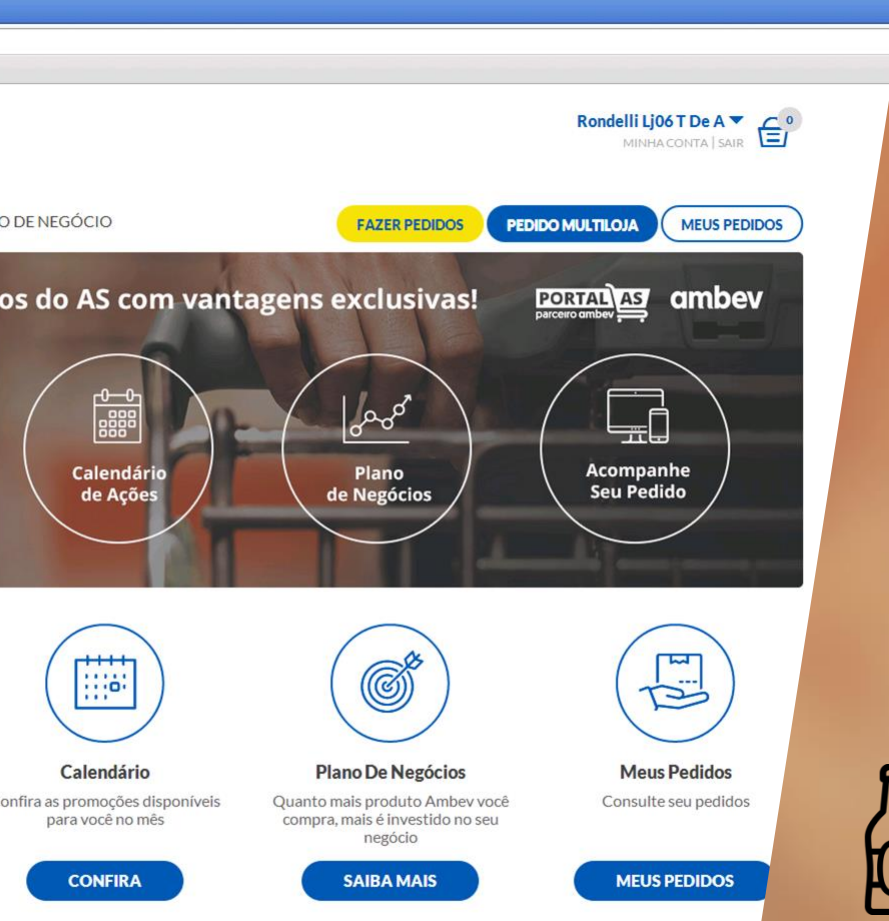
ABASTECIMENTO



OCASIÃO



EMERGÊNCIA



PARCEIRO AS

**CANAL ÚNICO PARA ATENDER
TODAS AS DEMANDAS DOS
NOSSOS CLIENTES**

O NOSSO CLIENTE



PEDIDOS



CALENDÁRIO



**TRACKING
PEDIDOS**



ACORDOS

O NOSSO CLIENTE



TECNOLOGIA



+30% PROMOTORES



**KEY ACCOUNT
LOGÍSTICO**

DEVEMOS CONHECER PROFUNDAMENTE



PRODUTO



CLIENTE



OPORTUNIDADES

EXECUÇÃO DA CATEGORIA DE CERVEJA

**PERFIL
DA LOJA**



**ALAVANCAS MAIS
IMPACTANTES PARA
O VOLUME**



+11,3_{p.p}
**Uplift vs. lojas não
executadas**



PREÇO



GÔNDOLA



**ESPAÇO
GELADO**



**PONTO
EXTRA**

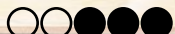


DISPONIBILIDADE

PRINCIPAIS ALAVANCAS POR FORMATO DE LOJA

Mini

ALAVANCAS



PONTO EXTRA



GÔNDOLA



PRODUTO GELADO



DISPONIBILIDADE

DISPONIBILIDADE



PRODUTO GELADO



Super

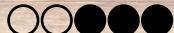
ALAVANCAS



PONTO EXTRA



GÔNDOLA



PRODUTO GELADO



DISPONIBILIDADE

DISPONIBILIDADE

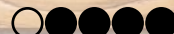


PONTO EXTRA



Hiper

ALAVANCAS



PONTO EXTRA



GÔNDOLA



PRODUTO GELADO



DISPONIBILIDADE

DISPONIBILIDADE



GÔNDOLA



PORTFÓLIO IDEAL POR

**TIPO
DE LOJA**

**LOJAS
CORE**

**EMBALAGENS
RETORNÁVEIS**

-10 p.p.

Vs.
Descartável

**MENOR DESEMBOLSO
PARA O CONSUMIDOR**

+6 p.p.

Vs.
Descartável

**MAIOR
MARGEM
PARA
O VAREJO**



COMO EXECUTAR



**LOCAL FIXO
DE TROCA**



**COMUNICAR O
MENOR PREÇO**



+ R\$1,00

**TER A OPÇÃO
DA 1ª COMPRA**



**OFERECER UMA
SOLUÇÃO DE TRANSPORTE**

PORTFÓLIO IDEAL POR

**TIPO
DE LOJA**

**LOJAS
PREMIUM**

**VARIEDADE E
ORGANIZAÇÃO**

GER. DE CATEGORIA



**MENOS
MARCAS
MAIS
ESTILOS**



**ORGANIZAR
POR
CATEGORIA**



**MAIS ESPAÇO
PARA O
MAIOR GIRO**



DATAS CHAVES PARA A CATEGORIA

Feriados
representam
volume
36%
maior
que o resto das
semanas

Feriados de 4 dias
(3ª f ou 5ª f) _____ **+53%**

Feriados 1 dia
(4ª f) _____ **+28%**

Feriados 3 dias
(2ª f ou 6ª f) _____ **+10%**

Além do preço
ATIVAÇÃO
COM BRINDES
DOBRAM
o volume na data



CERVEJARIA
ambev

COPA DO MUNDO FIFA 2018

GAME PLAN





FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018

BRAHMA

Chopp

PATROCINADOR
OFICIAL



BRASIL



LIGHT UP THE FIFA WORLD CUP™



COPA

MAIOR EVENTO ESPORTIVO DO PLANETA

12

ESTÁDIOS

31

DIAS

92%

64

PARTIDAS
OFICIAIS

32

SELEÇÕES

DA POPULAÇÃO
ASSISTIU AOS JOGOS EM

CASA

EM 2014

3,6 BI

DE AUDIÊNCIA TELEVISIVA

SELEÇÃO

ERA TITE

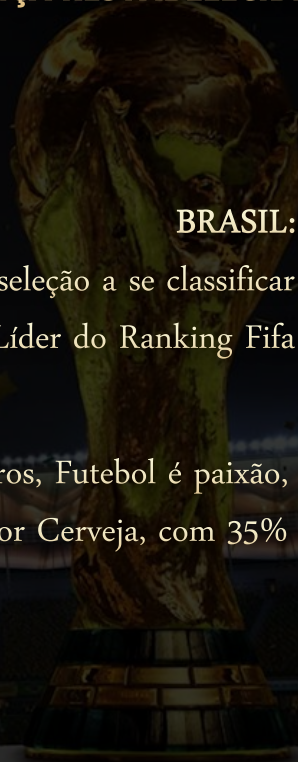
CONFIANÇA RESTABELECIDA

BRASIL:

1ª seleção a se classificar

Líder do Ranking Fifa

Para 77% dos brasileiros, Futebol é paixão,
seguido por Cerveja, com 35%



COPA DO MUNDO

2014 vs 2018

2 MESES

5 MESES

350 LOJAS

ATIVADAS COM COMPRA E
GANHO

+1.000 LOJAS

ATIVADAS COM COMPRA E GANHO

250K

BRINDES DISTRIBUÍDOS

1 MILHÃO

BRINDES DISTRIBUÍDOS

3 DATAS CHAVES

CALENDÁRIO

6 DATAS CHAVES

CALENDÁRIO



73%

TARDE / FINAIS DE
SEMANA

GAME PLAN

FASE 1 – PRÉ COPA

FASE 2 – COPA

MAR

ABR

MAI

JUN

JUL

BRA x ALE
27/03

PÁSCOA
30/03

DIA DO TRABALHO
01/05

CORPUS CHRISTI
31/05

COPA DO MUNDO
14/06

FINAL DA COPA
15/07

BRINDES E ATIVAÇÕES ESPECIAIS



MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO





BRAHMA

BRASIL

BRAHMA

FALTAM
28 DIAS
PARA
A COPA
DO MUNDO

NUMERO
UM

NUMERO
UM

NUMERO
UM



EXECUÇÃO BÁSICA



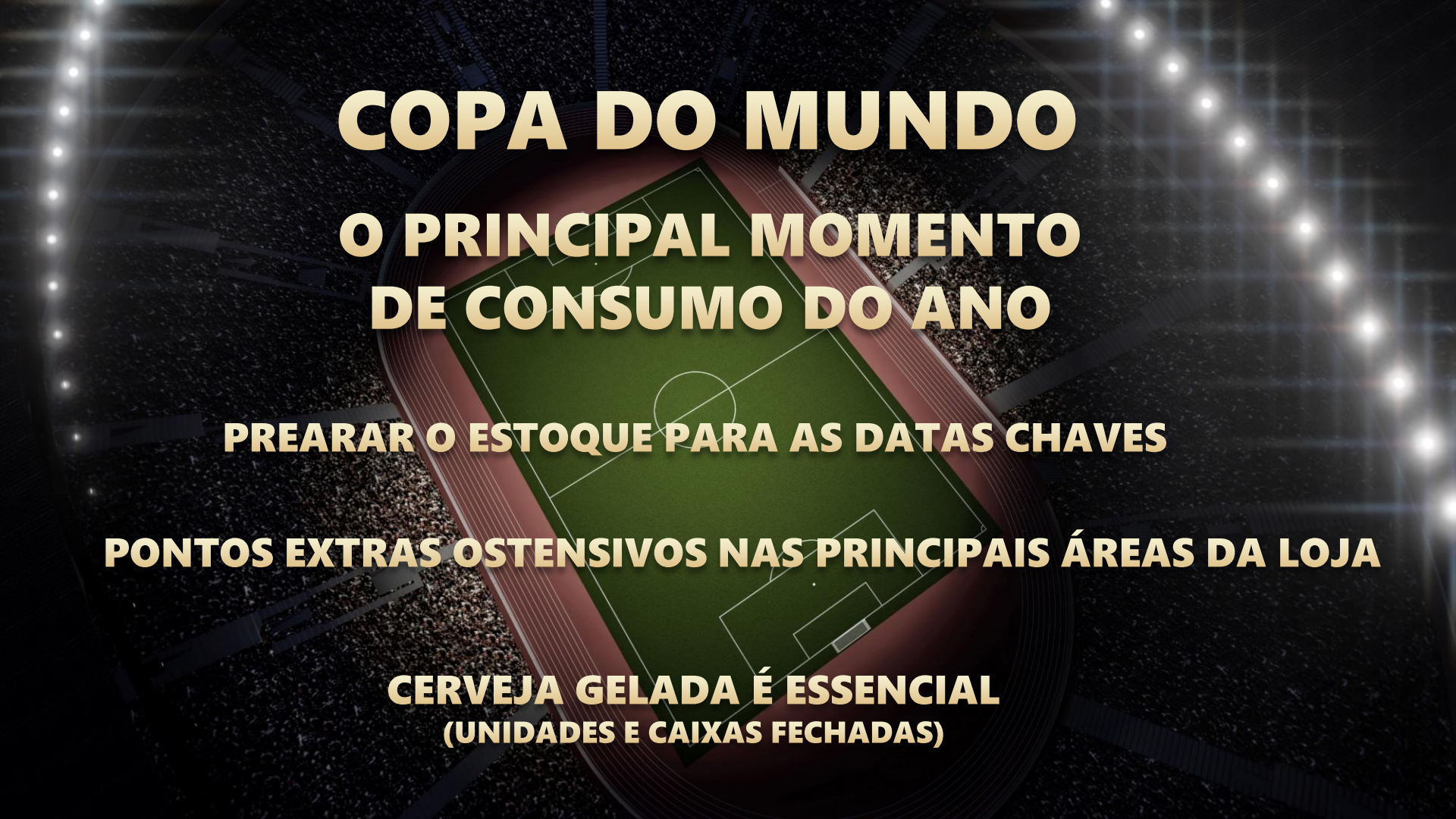


LIGHT UP
THE FIFA
WORLD CUP™

CERVEJA OFICIAL DA
CUPA DO MUNDO FIFA 2014™

LIGHT UP
THE FIFA
WORLD CUP™

CERVEJA OFICIAL DA
CUPA DO MUNDO FIFA 2014™



COPA DO MUNDO

**O PRINCIPAL MOMENTO
DE CONSUMO DO ANO**

PREPARAR O ESTOQUE PARA AS DATAS CHAVES

PONTOS EXTRAS OSTENSIVOS NAS PRINCIPAIS ÁREAS DA LOJA

**CERVEJA GELADA É ESSENCIAL
(UNIDADES E CAIXAS FECHADAS)**

COMO EVOLUIR NO SERVIÇO AO CLIENTE

RESUMO

1

CONSUMIDORES QUEREM ENTENDER SOBRE A CATEGORIA E EXPERIMENTAR NOVOS ESTILOS

Portfólio completo, gôndola organizada e informação sobre os estilos ajudam na decisão de compra

2

A MISSÃO DE COMPRA INFLUENCIA NA ESCOLHA DA LOJA

Organizar a loja, sortimento e posicionamento dos produtos melhora a experiência de compra

3

A EXECUÇÃO CORRETA DA CATEGORIA DE CERVEJA ALAVANCA VOLUME E FATURAMENTO

Gôndola, Ponto Extra, Disponibilidade e Espaço Gelado são a chaves da execução



COMO EVOLUIR NO SERVIÇO AO CLIENTE

RESUMO

4

CADA TIPO DE LOJA POSSUI SUA ALAVANCA CHAVE

Mercados: Espaço Gelado // Supermercados: Ponto Extra
// Hipermercados: Gôndola. A Disponibilidade é chave
para todas as lojas

5

FERIADOS INCREMENTAM 36% E ATIVAÇÕES CHEGAM A DOBRAR O VOLUME DE CERVEJA

Preparar a loja, realizar promoções e ativações e aumentar
o espaço da categoria é essencial

6

A COPA DO MUNDO SERÁ O PRINCIPAL MOMENTO DE CONSUMO DO ANO



OBRIGADO!

