

SINDEC EM AÇÃO

A FORÇA DO COMERCIÁRIO



Varejo usa TV na loja para influenciar a compra

O uso da televisão para influenciar o consumidor no momento da compra começa a ganhar mais espaço no varejo, em especial no setor de supermercados. Ontem, o Wal-Mart lançou oficialmente sua rede de TV no Brasil.

Foram instaladas mais de 5 mil aparelhos de televisão em 119 lojas do grupo. Até então, o Carrefour tinha saído na frente. Desde 2004, a rede francesa faz testes desse tipo de mídia em suas lojas e, em janeiro deste ano, finalizou o projeto ao colocar mais de 1,9 mil monitores em seus 112 hipermercados. Neste domingo, o grupo Pão de Açúcar dá início ao seu projeto piloto de televisão em cinco lojas paulistanas da bandeira Extra - com o mesmo fornecedor do grupo Carrefour, a empresa CerejaPRN. Até o final do ano, o Pão de Açúcar planeja ter instalado TVs em todos os 91 hipermercados do grupo, segundo informações da assessoria de imprensa da varejista. Além de "melhorar a experiência de compra do consumidor", o intuito dos canais de TV é estimular a compra por impulso. O setor estima que cerca de 75% dos consumidores decidem a marca que irão adquirir no próprio ponto-de-venda. Para Rodrigo Lacerda, diretor de marketing corporativo do Carrefour, esse tipo de mídia tem ainda outra vantagem. "É possível avaliar o retorno sobre esse tipo de investimento publicitário, pois o impacto é automático", diz. Em um segundo momento, essas mídias podem se tornar, também, uma fonte de receita, já que o contrato estipulado entre os varejistas e os fornecedores do serviço de sinal digital prevê a divisão da venda do espaço publicitário entre ambos. No Wal-Mart dos EUA, por exemplo, essa já é uma realidade. A TV Wal-Mart é o quarto maior canal de TV daquele país, com uma audiência de 79,9 milhões de espectadores por mês, e perdendo apenas de redes tradicionais como NBC, ABC e CBS. No Brasil, estima-se que o canal poderá atingir 43,5 milhões de visitantes mensais. "A fonte de receita das verbas publicitárias podem ser significativas no futuro, se esse negócio crescer como nós esperamos", diz José Eduardo Cabral, vice-presidente comercial do Wal-Mart no Brasil. O concorrente, no entanto, não tem a mesma visão. "O impacto da mídia é mais importante nesse momento. A verba publicitária não será uma receita significativa pois o custo da operação é alto", diz Lacerda, do Carrefour. No modelo de negócio do Carrefour, desenvolvido em conjunto com a empresa de sinal digital CerejaPRN, em uma hora de programação, 40 minutos são de conteúdo da Globosat e os 20 minutos restantes são de anúncios.

SINDEC EM AÇÃO

A FORÇA DO COMERCIÁRIO



Além disso, o anunciante tem a opção de escolher com qual público se comunicar. "Conseguimos segmentar por regiões do país ou por lojas", diz Lacerda. A TV Carrefour já atraiu anunciantes como Kellogg's e Johnson & Johnson. Segundo o executivo, num segundo momento, a TV Carrefour será instalada em outros negócios do grupo, como em farmácias e postos de gasolina. O projeto do Wal-Mart em conjunto com a Subway Link começou há um ano. Segundo Arnold Eugênio Correia, diretor-geral da Subway Link, metade da programação será informativa (parceria com a Rede Bandeirantes) e conteúdo institucional do Wal-Mart. A outra metade ficará por conta dos anúncios de empresas como Kimberly-Clark e Nestlé. Nos dois casos, tanto a CerejaPRN quanto a Subway Link são responsáveis pela venda do espaço publicitário. O Wal-Mart lançou quatro tipos de canais ontem: TV Wal-Mart para o Brasil, uma TV para a bandeira Big, uma para o Bompreço e uma quarta para o Sam's Cl

Fonte: Jornal Valor Econômico

Mais notícias do período Março de 2008

- * [Lojas Renner premiam as mulheres que se destacam profissionalmente](#)
- * [Estudantes promovem protesto na Capital](#)
- * [Táxis e ônibus na guerra contra a dengue na Capital](#)
- * [Desemprego sobe na região Metropolitana](#)
- * [Comércio gaúcho cresce 8,7%](#)
- * [Atualização permanente do piso nacional está na pauta do Senado](#)
- * [Americanas proibidas de abrir nos feriados](#)
- * [Audiência Pública revisará a gratuidade no transporte coletivo](#)
- * [Mulher terá delegacias móveis](#)
- * [Medicamentos vão ficar mais caros](#)
- * [Plano de saúde não pode ser cancelado durante o aviso prévio de empregado](#)
- * [Passarelas para automóveis e pedestres ficam prontas em abril](#)
- * [Produção industrial do RS ficou acima da média nacional em janeiro](#)
- * [Proposta pode mudar as relações de trabalho](#)
- * [Receita começa a fiscalizar suspeitos de gastos incompatíveis com a renda](#)

SINDEC EM AÇÃO

A FORÇA DO COMERCIÁRIO



- * [Parabéns mulheres!](#)
- * [Redução da jornada no centro da batalha](#)
- * [Entrega do IRPF começa hoje](#)
- * [Procon da Capital está em ação](#)

[Notícias](#)