

Dr^a Daniela Cardoso Pinto (Brand Manager na Lactogal Produtos Alimentares S.A.)

“Para todos os profissionais que iniciam os seus estudos, o seu trabalho ou apenas se interessam por entender de que forma o comércio, as transações, os bens chegam a todos nós dia após dia, é possível encontrar neste livro, de uma forma sucinta, uma clarificação dos vários intervenientes, a sua génese, como evoluíram e quais as tensões enquanto interagem. Este livro pretende contextualizar a distribuição moderna, reconhece o papel do digital, reflete sobre omnicalidade, consumidores *blended* e os principais desafios para as marcas. Apresenta uma caracterização dos vários tipos de distribuição e permite entender como traduzir a promessa da marca no ponto de venda, um desafio que se coloca a todos os profissionais de marketing. Incorpora ferramentas de apoio à análise de rentabilidade, usadas quer por profissionais do lado dos Fornecedores, quer do lado dos Distribuidores”.

Prof. Doutor João M. S. Carvalho (Professor Associado da Universidade Portucalense)

“Este livro é importante porque recupera e atualiza conceitos e práticas relacionadas com a atividade de retalho e, nomeadamente, a forma como se podem estabelecer relações *win-win* nos pontos de venda. O aparecimento de grandes superfícies comerciais, assim como do comércio eletrónico, parecia antever que a relação comercial se iria estabelecer entre os consumidores e a apresentação dos produtos. A experiência e a investigação acabaram por demonstrar que os consumidores continuam a privilegiar a relação mediada por seres humanos, onde a simpatia e a empatia continuam a ser as perceções mais desejadas e vistas como sinónimo de qualidade dos serviços. Esta abordagem personalizada continua a ser eficaz na fidelização dos consumidores, sendo este livro um contributo fundamental para a atualização conceptual e prática da teoria da relação comercial.”

Prof. Doutor Jorge Sequeira (Empresário, autor e orador motivacional)

“Um livro fantástico que distribui paletas de talento e contentores de competência. De enorme utilidade é imprescindível para quem quer chegar mais longe.”

Prof^a Doutora Ana Canavarro (Marketing Specialist)

“Um livro que vem preencher uma lacuna, fornecendo conhecimento sobre este mercado tão dinâmico, competitivo e disruptivo como é o da distribuição moderna, ao mesmo tempo resumindo as principais tendências de consumo e configurando perspectivas e visão do que será o futuro.”

Prof. Abílio Vilaça (Business Advisor e Professor do Ensino Superior)

“O livro desenvolve de forma pragmática a Distribuição, o Marketing Sensorial, o Sortido, a Promoção, o Merchandising e a Negociação, constituindo-se uma excelente ‘ferramenta de gestão’ para líderes de projetos empresariais ligados ao moderno comércio a retalho. Constitui-se ainda como um fantástico livro para estudantes do ensino superior nos domínios da gestão, do empreendedorismo e da inovação empresarial.”



**Sílvia Faria, Manuel Sousa Pereira, Ana Lima
José Vilela, Susana Loureiro**

MANUAL DE Distribuição e Gestão de Ponto de Venda Atratividade, Negociação e Estratégias

Importância da Distribuição e Especificidades nas Relações de Cooperação Comercial e na Gestão do Ponto de Venda no Setor do Retalho — Manual de Utilização

O livro aborda os principais aspetos relacionados com a gestão de pontos de venda, dando especial destaque ao Retalho, um dos setores económicos que contribui de forma considerável para a riqueza nacional ao assumir a venda de um elevado número de marcas e produtos.

A obra aborda os canais de distribuição e as funções por eles desempenhadas para permitir levar produtos e serviços desde o seu local de produção e armazenamento até ao local de consumo. Os conceitos presentes neste livro aplicam-se essencialmente ao setor do Retalho, oferecendo uma visão atualizada sobre o Marketing de Distribuição, Tendências na Gestão do Ponto de Venda, principais técnicas de Gestão do Sortido e Componentes da Negociação.

Este livro pretende utilizar uma linguagem simples e assertiva e ser o mais adaptado possível à realidade empresarial, contendo uma abordagem prática às principais cláusulas de contratos de cooperação comercial. Destina-se a todos aqueles que trabalham ou estudam nas áreas do Retalho, Gestão do Ponto de Venda e Distribuição.