



PROCEDIMENTO

Comunicação Visual e Cartazamento em Loja

Rede Reís de Supermercados

Padronização da comunicação física com o cliente: cartazes de preço, sinalização, banners, placas e comunicados.

**SE O CLIENTE VAI VER,
O MARKETING
PRECISA VALIDAR.**

Documento para treinamento,
impressão e consulta rápida da
operação.

Objetivo e abrangência

Este procedimento visa estabelecer o padrão para execução da comunicação física destinada aos clientes nas lojas da Rede Rejs para que sempre esteja:

CORRETOS

preço, descrição, mecânica e vigência conferidos

ATUALIZADOS

sem cartaz vencido ou material antigo em loja

PADRONIZADOS

identidade visual e linguagem da Rede Rejs

APROVADOS

criados, disponibilizados ou validados pelo Marketing

- Válido para todas as lojas físicas da Rede Rejs.
- Aplicável a colaboradores envolvidos na impressão, instalação, conferência e retirada de materiais de comunicação.
- Abrange cartazes de preço, placas, banners, comunicados, sinalizações e materiais promocionais.

Padronização também é parte da experiência do cliente Rejs.

1ª Regra de OURO da comunicação em loja

**“SE O CLIENTE VAI VER,
O MARKETING PRECISA VALIDAR.”**

Toda comunicação física direcionada ao cliente, dentro ou nas áreas externas da loja, deverá utilizar material oficial ou possuir aprovação do Departamento de Marketing. A loja não está autorizada a criar, alterar ou adaptar peças por conta própria, seja:

- Cartazes, banners, placas, faixas, comunicados e sinalizações.
- Artes promocionais, materiais institucionais e peças de campanha.
- Materiais de parceiros, fornecedores, terceiros ou outros departamentos.
- Arquivos feitos em Word, PowerPoint, Canva, editores de imagem, inteligência artificial ou outros recursos.

A loja não deve produzir sua própria comunicação visual sem autorização.

Etiqueta de preço não é cartaz de oferta

ETIQUETA PADRÃO DE PREÇO

Todo produto exposto para venda deve possuir etiqueta padrão impressa pelo Flex. Ela identifica o preço regular do produto e deve existir independentemente de oferta.

CARTAZ DE OFERTA

Este procedimento trata dos cartazes promocionais de preço utilizados para destacar produtos em oferta. Cartaz de oferta não substitui a etiqueta regular.

2ª REGRA DE OURO

“Somente poderá ser cartazeado o produto que possuir oferta cadastrada pelo Departamento Comercial no Big2Be.”

- Produto sem oferta: deve conter apenas etiqueta padrão do Flex, sem cartaz promocional.
- Produto com oferta: deve conter etiqueta de preço (quando possível) + cartaz de oferta correspondente (obrigatório).
- Todos os produtos ofertados no dia devem estar corretamente cartazeados.
- A loja não pode criar cartaz avulso, alterar preço ou criar promoção local.

Estoque alto não autoriza oferta improvisada

Oferta só existe quando está cadastrada pelo Comercial no Big2Be.

ESTOQUE ELEVADO

Pode justificar estratégia comercial, mas não autoriza cartaz promocional sem oferta cadastrada. Se necessário solicitar ao departamento comercial criação da oferta.

FORA DE LINHA

Pode ser exposto estrategicamente, mas não pode virar promoção local sem oferta criada pelo comercial.

NECESSIDADE DE GIRO

Pode ser sinalizada apenas se houver oferta registrada no Big2Be.

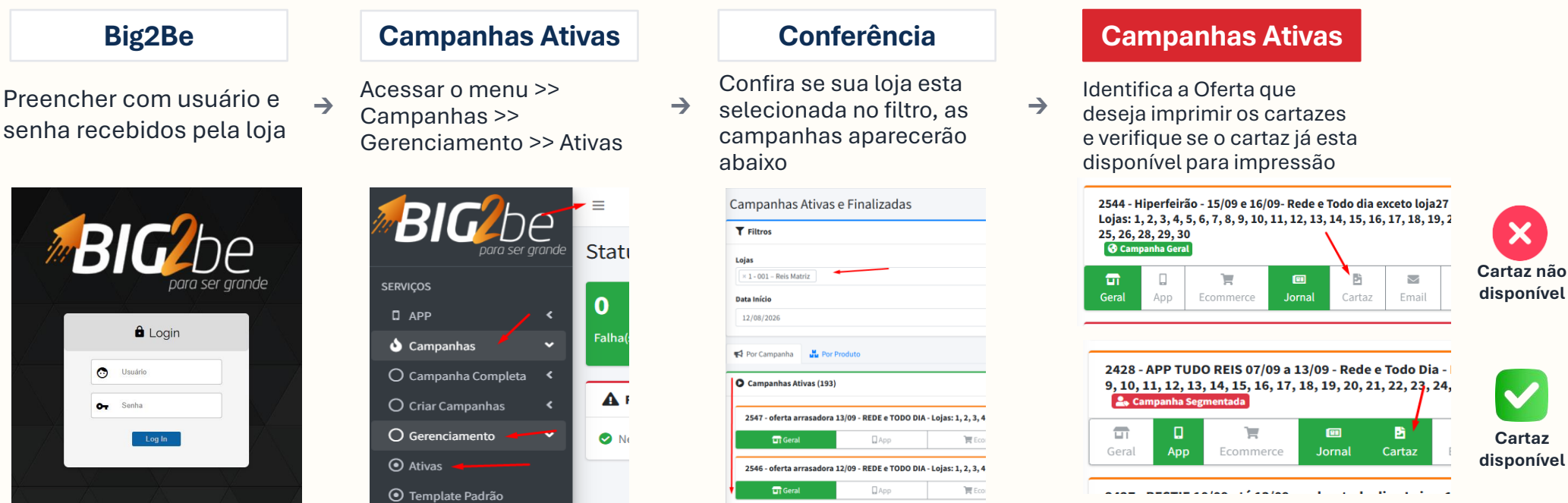
A existência de estoque elevado, produto fora de linha ou necessidade de giro não autoriza a loja a criar uma oferta ou um cartaz.

Somente poderá ser cartazeado o produto com oferta cadastrada pelo Departamento Comercial no Big2Be.

3ª Regra de OURO:

“Todos os cartazes promocionais devem ser impressos exclusivamente no Big2be”

Link: <https://cliente.big2be.com/campaigns/active>



CARTAZEAMENTO RÁPIDO NÃO DEVERÁ MAIS SER UTILIZADO.

- Não utilizar modelos antigos ou arquivos salvos no computador.
- Não utilizar cartazes recebidos informalmente, prints ou fotografias de peças.
- Não criar cartazes manualmente nem alterar informações do arquivo oficial.
- Se houver divergência de preço, descrição, modelo ou mecânica, acionar o Marketing.

Tamanhos de cartazes e aplicação

A1 — BANNER

Estacionamentos, cercas, paredes externas, áreas externas autorizadas e grandes pontos de comunicação.



A3 — DESTAQUE

Pontas de gôndola, ilhas, açougue, hortifruti, exposições de destaque e grandes pontos extras.



A4 — INTERMEDIÁRIO

Locais em que o espaço físico não permite a aplicação adequada do formato A3



A5 - Gôndolas

Interior das gôndolas, resfriados, congelados, pontos extras pequenos e móveis menores.



O tamanho do cartaz deve ser definido de acordo com o local de exposição - não pela preferência de quem imprime.

Modelos padrão de cartazes

Seguem os modelos padrões ativos e pré-configurados para cada Campanha.

OFERTA CONVENCIONAL



OFERTA

**MELANCIA
PINGO DOCE KG**

7,97

Válido até 15/09/2026

Aponte a câmera do seu celular para o QR Code abaixo, e participe do nosso GRUPO DE OFERTAS.



Cartaz utilizado para as todas as ofertas cartazeadas em loja, **não deve ser usado para: Cartão Reis, Braba e Ofertas do App**

OFERTA CARTÃO REIS



Rejs CARTÃO REIS

STELLA ARTOIS GOLD LN 330ML

DE **R\$ 6,59**
Preço exclusivo Cartão Reis

OU **R\$ 5,99**

Aponte a câmera do seu celular para o QR code abaixo, preencha a proposta e garanta já seu Cartão Reis.



Exclusivo para ofertas do Cartão Reis

BRABA DO REIS



Rejs BRABA DO REIS

OFERTA EXCLUSIVA NO INSTAGRAM

CHALEIRA BE SMART ELETRICA 1,8 LT

DE **69,99**

ESCANEE PARA LIBERAR O PREÇO BRABO

1. ESCANEIE O QR CODE
2. ADICIONE A OFERTA NO INSTAGRAM
3. MOSTRE NA CAIXA

Confira essa e outras promoções disponíveis no Instagram da Rede.



Exclusivo para ofertas de Braba do dia e o Preço que aparece é o preço de gôndola e não o preço do Cartão Reis.

OFERTA DO APLICATIVO



EXCLUSIVO  App Tudo Rejs

Leite Po Itambé Natural Milk 500g

R\$ 19,99

Válidas até 13/09/2026

Aponte a câmera do seu celular e baixe agora.

Exclusivo para ofertas do Aplicativo

Modelos padrão de cartazes

CAMPANHA ESPECIAL / DATA COMEMORATIVA



Estes modelos são exemplos, quando existirem virão pré-configurados na respectiva campanha do Big2be

Pontas de gôndola, ilhas e pontos extras

Algumas pontas de gôndola de cada unidade são destinadas à escolha da gerência. A quantidade pode variar conforme o tamanho e a estrutura da loja.

Alto volume de estoque

Necessidade de giro

Produto fora de linha

Oportunidade comercial

Oferta

Estratégia local

A escolha do produto não autoriza a criação de uma oferta.

Para utilizar cartaz de oferta em ponta de gôndola, ilha ou ponto extra, precisa existir oferta cadastrada pelo Departamento Comercial no Big2Be.

Outras comunicações direcionadas ao cliente

A comunicação física da loja não se limita aos cartazes de preço. Qualquer material destinado ao cliente deve passar pelo Marketing.

Financeiro	TI	RH
Comercial	Operações	Fornecedores
Parceiros	Instituições	Terceiros

- Banners, faixas, placas, avisos, comunicados, decorações e sinalizações.
- Cartazes institucionais, eventos, quermesses, panfletagem e benefícios para clientes.
- Materiais de fornecedores, parceiros, prestadores de serviço e ações nas lojas ou proximidades.

Receber um material pronto não significa que ele está autorizado para uso.

Comunicados emergenciais

Situações operacionais temporárias podem exigir aviso imediato ao cliente. A exceção vale somente enquanto durar a ocorrência.

PERMITIDO

- PIX temporariamente indisponível
- Forma de pagamento indisponível
- Sistema inoperante
- Falta de energia
- Equipamento temporariamente indisponível

NÃO PERMITIDO

- Promoções
- Ofertas
- Campanhas
- Eventos
- Divulgação de produtos
- Substituir material oficial

Retirar imediatamente após a normalização.

Antes de criar qualquer comunicado, consulte os modelos oficiais em: supermercadosreis.com.br/padroes-marketing/

4ª Regra de OURO da comunicação em loja

“Toda as ofertas devem estar sinalizadas em loja e toda ponta de gôndola ou ilha deve ter oferta”

Certo × Errado – cartazeamento de loja



Toda ponta de gôndola tem oferta



Dobrar corretamente e colocar no suporte de etiqueta.



* Locais que não tem suporte usar a fita após dobrar



Toda comunicação em loja devem seguir os padrões determinados ou terem sido validadas pelo departamento de marketing (eventos, degustações, ações de loja, ações de fornecedores e parceiros)

4ª Regra de OURO da comunicação em loja

EXEMPLOS DE CARTEZAMENTO CORRETO



Os cartazes de açougue e hortifruti devem ter um único produto, mesmo que existam outros produtos com o mesmo preço, neste caso, se necessário, imprima um cartaz para cada produto.

Certo × Errado — instalação e materiais

× ERRADO

Cartaz pequeno em uma grande ponta de gôndola.

✓ CORRETO

Tamanho adequado ao espaço e à exposição.

× ERRADO

Cartaz distante do produto ou causando dúvida.

✓ CORRETO

Cartaz próximo e claramente relacionado ao produto.

× ERRADO

Cartaz torto, amassado, sujo ou fixado de forma improvisada.

✓ CORRETO

Cartaz limpo, alinhado, conservado e bem instalado.

× ERRADO

Manter cartaz após o encerramento da oferta.

✓ CORRETO

Retirar imediatamente após o fim da promoção.

× ERRADO

Afixar comunicado de parceiro ou fornecedor sem aprovação.

✓ CORRETO

Encaminhar ao Marketing antes da utilização.

Passo a passo para execução do cartazeamento

- 1** Verifique as campanhas ativas no Big2Be.
- 2** Confira quais produtos fazem parte da campanha.
- 3** Imprima todos os cartazes em Campanhas Ativas.
- 4** Escolha o tamanho correto: A1, A3, A4 ou A5.
- 5** Instale junto ao produto correspondente.
- 6** Confira preço, modelo, posicionamento e vigência.
- 7** Retire o material ao final da oferta.

Encontrou problema? Não improvise. Acione o Marketing.

Responsabilidades

MARKETING

Criar padrões, produzir peças oficiais, aprovar materiais, disponibilizar arquivos, orientar lojas e solicitar correções.

COMERCIAL

Cadastrar ofertas no Big2Be, garantir condição comercial correta e realizar ajustes quando houver divergências.

GERÊNCIA DA LOJA

Garantir a execução, acompanhar cartazamento, impedir peças não autorizadas e retirar materiais vencidos.

EQUIPE DA LOJA

Imprimir pelos canais oficiais, instalar, conservar, conferir produto x cartaz e sinalizar divergências.

A responsabilidade da gerência permanece mesmo quando a impressão ou instalação for realizada por outros colaboradores.

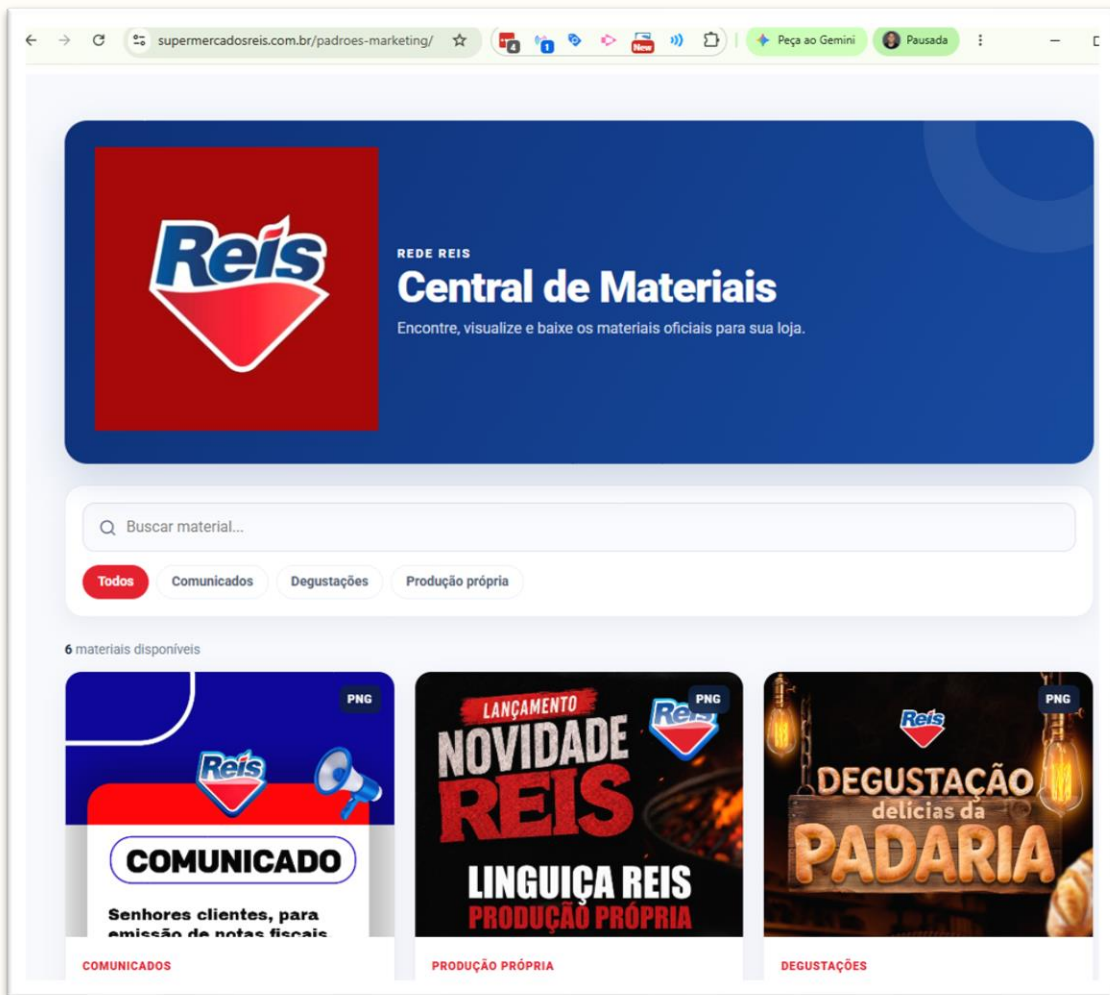
Checklist rápido da loja

- ☐ Todos os produtos em oferta possuem cartaz?
- ☐ Todos os cartazes foram impressos em Campanhas Ativas no Big2Be?
- ☐ Produtos sem oferta possuem somente etiqueta padrão do Flex?
- ☐ O preço do cartaz corresponde ao preço da oferta?
- ☐ O modelo corresponde à mecânica da promoção?
- ☐ Os tamanhos dos cartazes estão adequados aos pontos de exposição?
- ☐ Os cartazes estão próximos aos produtos correspondentes?
- ☐ Os materiais estão limpos, alinhados e bem fixados?
- ☐ Foram retirados cartazes de ofertas encerradas?
- ☐ Existem banners, placas ou comunicados não autorizados?
- ☐ Materiais de parceiros/fornecedores foram aprovados?
- ☐ Comunicados emergenciais solucionados foram retirados?

Se alguma resposta for NÃO, a execução deve ser corrigida antes da abertura ou continuidade da exposição.

Portal com padrões de comunicação

O departamento de marketing desenvolveu a Central de Material, para apoiar as lojas com modelos padrões já criados.



Link: supermercadosreis.com.br/padrees-marketing/



Arquivos
padronizados

Caso as lojas precisem de algum material novo e que não esteja na Central de Materiais, poderá solicitar ao departamento de Marketing.

Solicitações, suporte e modelos oficiais

DEPARTAMENTO DE MARKETING — REDE REIS

WhatsApp: (64) 99268-1920 (Felipe – Assistente de marketing)

E-mail: marketing01@supreis.com.br

Solicitação de peças: supermercadosreis.com.br/solicitacoes-marketing

Arquivos e modelos oficiais: supermercadosreis.com.br/padrees-marketing/



Solicitações
de Marketing

NÃO IMPROVISE A COMUNICAÇÃO DA LOJA.

Não encontrou o material correto? Encontrou informação divergente? Tem dúvida se determinada peça pode ser utilizada? Consulte o Departamento de Marketing antes de afixar, imprimir ou divulgar para o cliente.

Padronização também é parte da experiência do cliente Reis.