

TORO

MANUALE DI PROGETTAZIONE DEL PUNTO VENDITA

Punto vendita, Insegna esterna, Interni, Layout e molto altro



IL MARCHIO TORO

Da oltre un secolo, The Toro Company ha incrementato la sua leadership di mercato, attraverso la filosofia che se diamo valore al cliente e costruiamo un prodotto migliore, le persone lo acquisteranno. Il marchio Toro è molto più del nostro nome e logo. È una promessa. Per ciascun singolo prodotto della famiglia Toro, dall'attrezzatura per i tappeti erbosi e le aree verdi alle soluzioni di irrigazione, il nostro marchio rappresenta una promessa di qualità, produttività, efficienza e affidabilità senza tempo per i nostri partner di canale e clienti finali. Il marchio Toro è la somma di chi siamo, cosa rappresentiamo e le esperienze che le persone vivono con noi.

Un marchio Toro forte e coerente fornisce contesto e supporto per i nostri marchi di prodotti. E questo marchio, questa promessa, porta vantaggi molto concreti.

Il suo valore promuove la penetrazione di mercato per i nuovi prodotti, crea una forte fidelizzazione dei clienti e reputazione, supporta la value proposition per sostenere prezzi di qualità per i nostri prodotti innovativi e ci aiuta a mantenere la nostra posizione di leadership in un mercato sempre più competitivo.

Per proteggere e incrementare l'equità all'interno del nostro marchio, dobbiamo rappresentare Toro in modo coerente. Tutte le comunicazioni da noi prodotte sono in grado di rafforzare o indebolire il nostro marchio. E ogni interazione che i nostri partner di canale hanno con noi, attraverso i nostri prodotti, le esperienze con il servizio clienti, un annuncio pubblicitario o un articolo, plasma le loro aspettative e definisce per loro il marchio Toro. Questa coerenza è ancora più importante su scala globale, mentre continuamo a rafforzare la nostra presenza di brand e leadership nei mercati internazionali.



SOMMARIO

Sommario	3
Facciata esterna	4
Interni punto vendita	
Introduzione	5
Spazio sulle pareti e illuminazione	6
Pavimentazione e illuminazione	8
Espositori per punto vendita e per ricambi	9
Layout punto vendita	
Esempio a quadrato (A)	11
Esempio a quadrato (B)	12
Esempio a rettangolo (A)	13
Esempio a rettangolo (B)	14
Esempio a rettangolo (C)	15



SOMMARIO

LA PRESENTAZIONE DEL PUNTO VENDITA È UN IMPORTANTE STRUMENTO DI VENDITA

Questo manuale offre suggerimenti per creare espositori dei punti vendita efficaci. Distributori Toro® di tutto il mondo utilizzano

queste idee di presentazione del punto vendita per incrementare con successo il traffico in termini di vendite e clienti.

Importanza del layout e della presentazione del punto vendita

Aiutano a informare i clienti. Gli elementi di vendita aiutano il cliente a prendere una decisione di acquisto consapevole sui prodotti Toro.

I marchi hanno il potere. Voi scegliete Toro per una ragione. I clienti riconoscono il marchio Toro e lo associano a performance e produttività eccezionali.

Una buona gestione del marchio genera ritorni. Quando rafforzate una solida presenza di brand con la vostra esposizione Toro, promuovete, in ultima analisi, i profitti per il vostro punto vendita.

LE CHIAVI DEL SUCCESSO

Per posizionarsi in testa all'economia e all'ambiente competitivo di oggi, i punti vendita devono eccellere in quattro aree fondamentali.

- La migliore presentazione del punto vendita
- Il personale migliore
- La migliore assistenza ai clienti
- La migliore assistenza post vendita/ricambi

TORO

FACCIATA ESTERNA



IL VERO MERCHANDISING INIZIA DALL'ESTERNO

La vostra area di parcheggio, gli elementi paesaggistici, l'esterno dell'edificio e la facciata del punto vendita, tutto parla in qualche maniera del marchio Toro®. Assicuratevi che la vostra proprietà rafforzi un messaggio di qualità e professionalità.

CHECKLIST PER IL MERCHANDISING ESTERNO

Insegna

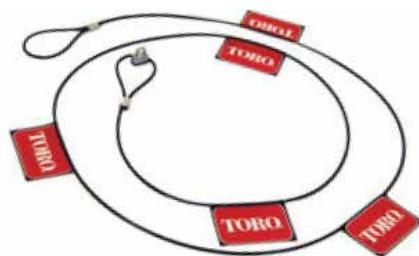
- Utilizzate il marchio Toro® in modo ben visibile affinché il punto vendita risulti invitante
- Assicuratevi che il punto vendita venga facilmente riconosciuto dalla strada
- Fate in modo che l'insegna sia in buone condizioni e non troppo vecchia
- Evitate di ostruire la visuale con una segnaletica eccessiva

Terreno

- Curate l'aspetto estetico dell'edificio ornandolo con prato e piante lussureggianti
- Fornite un parcheggio di facile accesso con segnali che ne indichino l'ingresso e l'uscita

Espositori di prodotti

- Attirate i clienti con prodotti adeguati in esposizione
- Tenete l'attrezzatura al sicuro con cavi antifurto (n. cat. 490-8491)



Cavo antifurto

Questo cavo da 4,57 metri assicura una sola o più file di attrezzature. Etichette Toro impermeabili sono posizionate ogni 40,6 cm. Lucchetto e chiave inclusi. 490-8491



Bandiera con logo Toro®
490-6909



Tappeto Toro®
490-8261

INTERNI PUNTO VENDITA



LE PRIME IMPRESSIONI CONTANO

I clienti giudicheranno il vostro showroom dopo i primi 30 secondi dall'ingresso nel punto vendita. Ecco alcuni elementi da considerare per dare la migliore impressione possibile ai vostri clienti dal momento in cui entrano dalla porta.

CHECKLIST PER IL MERCHANDISING INTERNO

Ambiente del punto vendita

- Soffitti bianchi e buona illuminazione
- Passaggi sgombri e pavimenti puliti
- Disposizione organizzata dei prodotti (per categoria/tipo e prezzo).
- Spazio pulito, ben utilizzato e sgombro (pavimento, pareti, soffitto, banconi).

Posizionamento dei prodotti

- Comprendete il flusso di passaggio del vostro showroom
- Posizionate i prodotti fondamentali verso la sezione anteriore del vostro punto vendita per invitare i clienti

Bancone principale

- È stato dimostrato che il bancone principale funziona al meglio in fondo al punto vendita per incoraggiare il traffico di clienti ad attraversare l'intero showroom



Festoni di bandierine Toro®
490-5961



Bandiera a vela
200-5052

CHECKLIST PER GLI ESPOSITORI PER PUNTO VENDITA

- I prodotti caratteristici devono essere esposti con cura verso la parte anteriore del punto vendita.
- Il flusso di passaggio tra le file di tosaerba e altri prodotti deve essere agevole.
- Gli espositori di ricambi/assistenza devono essere posizionati in fondo al punto vendita, obbligando il cliente ad attraversare l'intero negozio per trovare e acquistare il pezzo che cerca.
- Tutto lo spazio dedicato al merchandising del punto vendita deve essere utilizzato in modo efficiente, ad esempio, appendendo cartelli promozionali e loghi Toro® al soffitto e posizionando i prodotti su un accattivante pavimento a marchio Toro.

Rastrelliera per tosaerba a 3 livelli Toro
490-8260



INTERNI PUNTO VENDITA



Roll Up per TimeCutter Toro®
200-5057

Gli espositori non sono solo indicati per gli articoli ad alto smercio. Articoli "scontati" e in liquidazione devono disporre di un'area dedicata all'interno del punto vendita che sia chiaramente contraddistinta da cartelli che attirano l'attenzione.

GLI ESPOSITORI SONO I VOSTRI VENDITORI SILENZIOSI

Un espositore mette in evidenza una promozione in corso o caratteristiche speciali di un prodotto. Spesso indicati come venditori silenziosi, questi espositori per punto vendita possono aiutare a incrementare le vendite di alcuni prodotti.

Tali espositori dovrebbero essere caratterizzati da un tema stagionale o promozionale che riporti i prodotti di maggior importanza in scenari di uso comune.

Prima di posizionare gli espositori all'interno del punto vendita, è importante:

1. Assicurarsi che ciascun espositore abbia ragione di essere presente e che tutti i dettagli vengano considerati.
2. Osservare il flusso di passaggio del punto vendita e i punti a traffico più intenso, in modo da poter scegliere un'area con grande visibilità.
3. Comunicare chiaramente le tempistiche a tutti i dipendenti e ricordare di togliere i cartelli al termine della promozione.

INTERNI PUNTO VENDITA



SPAZIO SULLE PARETI

Lo spazio sulle pareti è un bene prezioso. Utilizzate al meglio lo spazio sulle pareti con i messaggi più accattivanti per i clienti: promozioni, offerte di finanziamento e prezzi di vendita. Quando le pareti non sono disponibili, posizionate i messaggi sui prodotti o utilizzate supporti a soffitto.

- Le pareti sono un tabellone gratuito per rivolgervi a un pubblico passivo mentre si trova nel vostro showroom.
- Utilizzate le pareti come un'ulteriore opportunità di vendita in grado di influire sui vostri profitti.

ILLUMINAZIONE

Seguite queste raccomandazioni per esporre i prodotti Toro sotto la luce migliore.

- Invece di aumentare la luminosità, scegliete un'illuminazione ad elevato contrasto al fine di risparmiare energia.
- L'illuminazione d'accento precisa migliora la percezione della vostra merce e la rende più accattivante. Utilizzatela nel terzo livello inferiore meno in vista delle scaffalature.
- Una combinazione di retroilluminazione e illuminazione d'accento agevola l'individuazione della merce in vendita e consente al prodotto di apparire visivamente più attraente.



INTERNI PUNTO VENDITA



PAVIMENTAZIONE

La pavimentazione può distinguere uno showroom, rendendolo professionale in un baleno! Se da un lato rivestimenti per pavimenti a basso costo possono a prima vista apparire attraenti e funzionali, potrebbe risultare poi difficile mantenerli puliti, potrebbero sbiadire facilmente o diventare logori.

- Evitate il costo di sostituzioni premature investendo in un rivestimento per pavimenti di qualità più elevata, dall'aspetto migliore e di maggior durata.
- Fate in modo che colore e qualità siano coerenti con l'immagine che desiderate per il negozio.
- I clienti fanno attenzione alla pavimentazione perché fa da cornice al prodotto che osservano.

INFORMAZIONI DI CONTATTO RACEDECK

PER ORDINARE, CONTATTATE:

Melanie Holbeck

Rappresentante commerciale internazionale
RaceDeck

Tel.: 801-746-0143 x118

Fax: 801-746-0180

E-mail: mholbeck@snaplock.com

Costo: (lo stesso dei normali rivenditori Toro)

Piastrelle diamantate: \$2,25

Logo Toro: \$4,00

Bordatura e angolari: \$1,25

* Dazi all'importazione, imposte e spese non sono inclusi nel prezzo dell'articolo o spese di spedizione. Tali spese sono a carico dell'acquirente. Si prega di verificare con l'ufficio doganale del proprio paese al fine di determinare quali saranno tali costi aggiuntivi.

Pagamento:

Si accettano tutte le principali carte di credito o bonifico bancario.

Informazioni necessarie:

- Misure dell'area (dimensioni) o layout
- Bordatura necessaria
- La quantità e la direzione verso cui dovrebbero essere rivolti i loghi (ciò determinerà l'orientamento dell'anello formato dalle piastrelle con il logo)
- Indirizzo per le spedizioni da riportare
- Termini di spedizione: EXW, FOB, CFR o DAP

Orientamenti dell'anello formato dalle piastrelle con il logo:

- A – Anelli rivolti a destra e in basso
B – Anelli rivolti a sinistra e in alto
C – Anelli rivolti a sinistra e in basso
D – Anelli rivolti a destra e in alto



Tappeto Toro®
490-8261

ESEMPIO D'ANGOLO TORO®





Se nel vostro punto vendita non c'è spazio sufficiente per creare un espositore di prodotti Toro® a dimensioni integrali, potreste creare un angolo Toro come quello illustrato in questo esempio. Questo espositore fa un uso efficiente dello spazio disponibile, creando un'esperienza di "negozi nel negozio" su piccola scala.

- Disponete i prodotti in modo che gli articoli più bassi siano davanti e quelli più alti dietro, per catturare lo sguardo dei clienti e massimizzare la visibilità.
- Pensate ai modi per disporre i prodotti verticalmente con rastrelliere che vi permettano di "impilare" gli articoli come tosaerba a spinta e documentazione.
- Utilizzate insegne del punto vendita per comunicare messaggi importanti. Le insegne possono essere indipendenti, posizionate su prodotti e rastrelliere e persino su pareti o finestre.
- Utilizzate l'espositore come un piccolo stand in fiera, dove l'obiettivo è attirare l'attenzione e creare il massimo impatto visivo.

IL TOTAL LOOK

**PROFESSIONAL
LAWN EQUIPMENT**



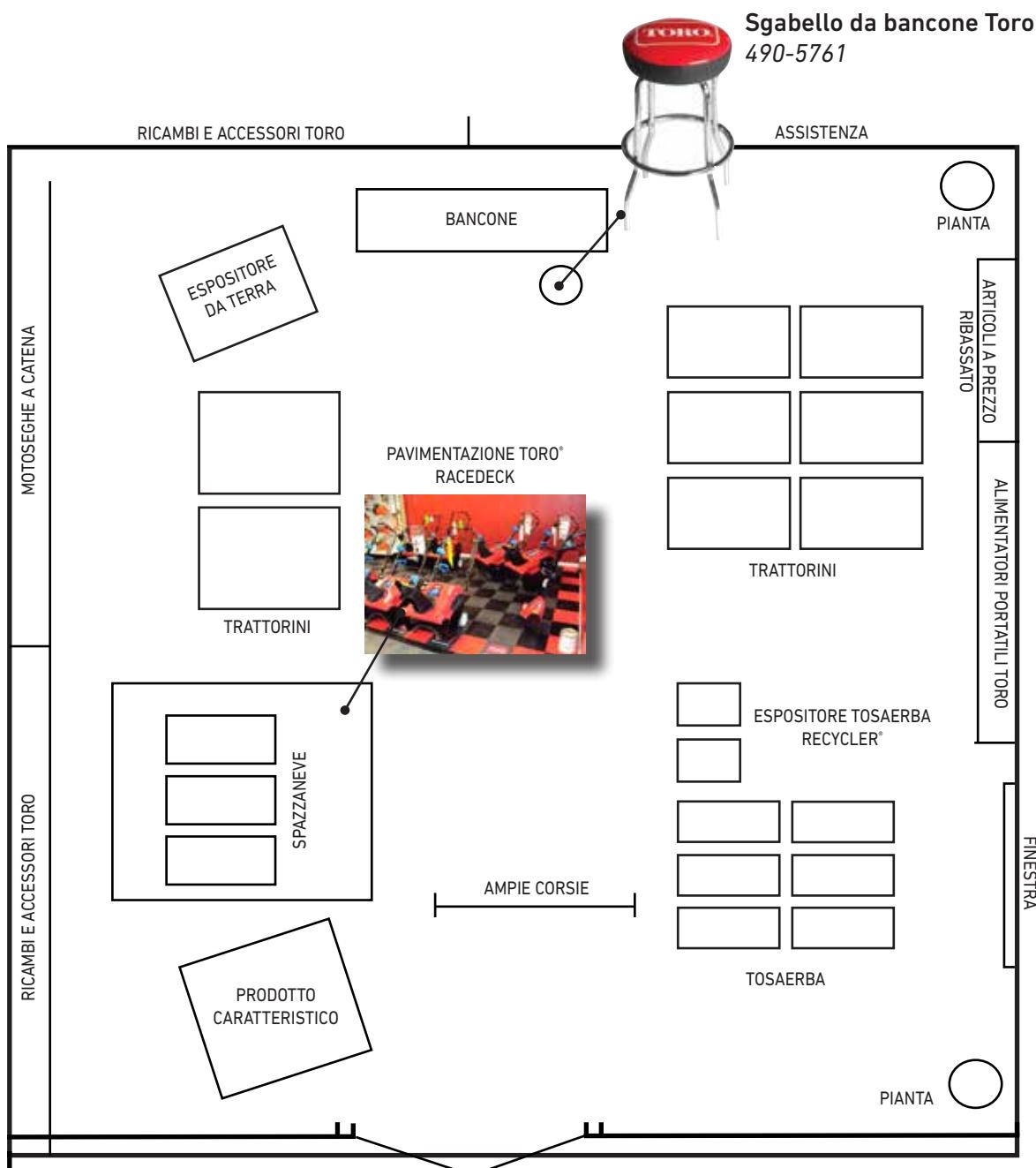
Mantenete fresco il layout del vostro punto vendita. Ricordatevi di cambiare il look degli espositori caratteristici.

TECNICHE PRINCIPALI DI PROGETTAZIONE DEL PUNTO VENDITA

- I prodotti caratteristici vengono esposti verso la parte anteriore del punto vendita.
- Utilizzo creativo della parete superiore come murale per promuovere il marchio Toro®.
- Il bancone si trova in fondo al punto vendita, per costringere il cliente ad attraversare l'intero negozio tra i prodotti per fare un acquisto.
- Utilizzo efficiente dello spazio sulle pareti con cartelli e immagini promozionali.

LAYOUT PUNTO VENDITA

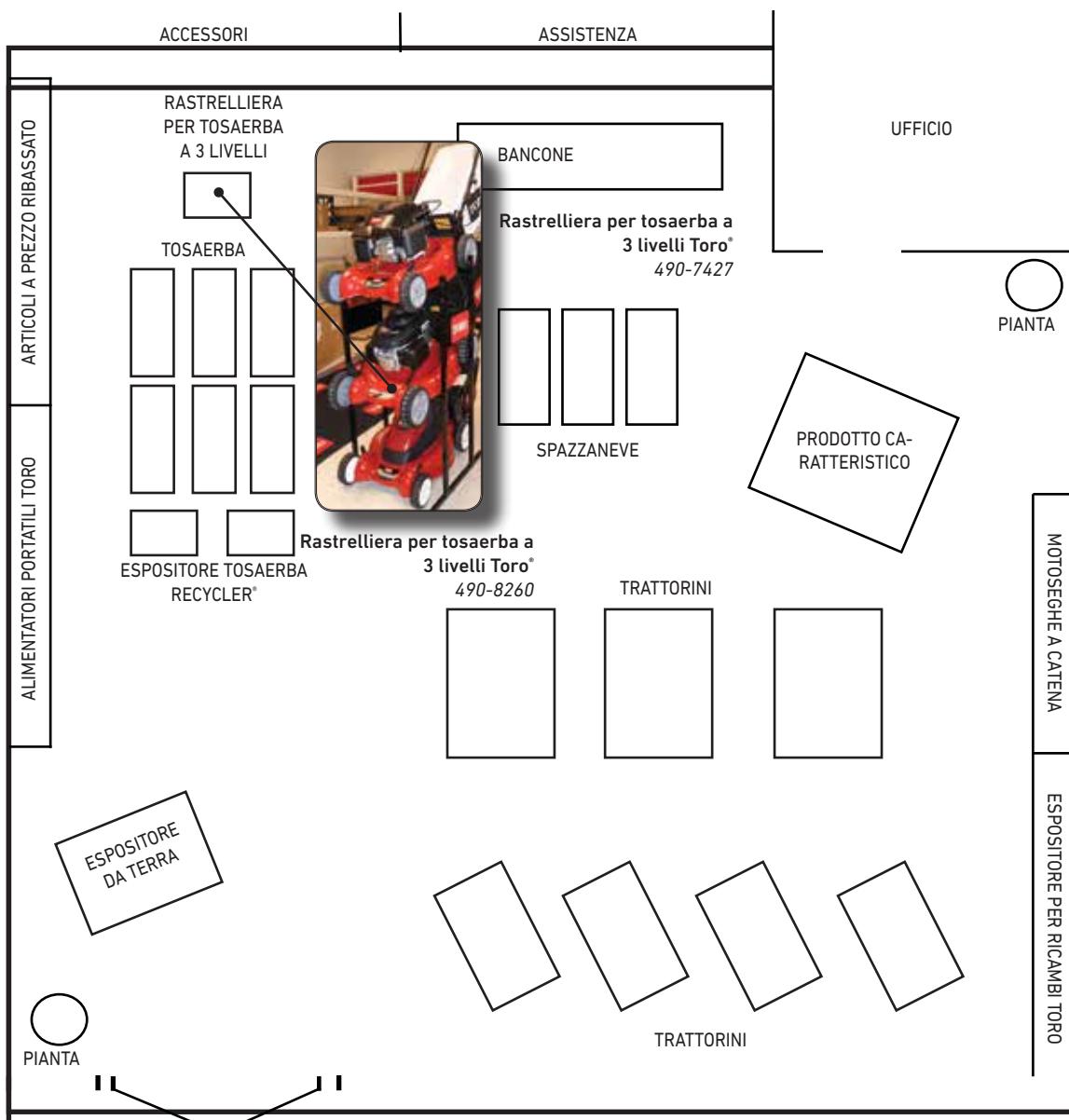
INTERNI: ESEMPIO A QUADRATO (A)



- Notate che ciascun prodotto è suddiviso per reparti.
- Mettete in risalto il prodotto in evidenza o in vendita sulla parte anteriore per aumentare la consapevolezza e le vendite potenziali.

LAYOUT PUNTO VENDITA

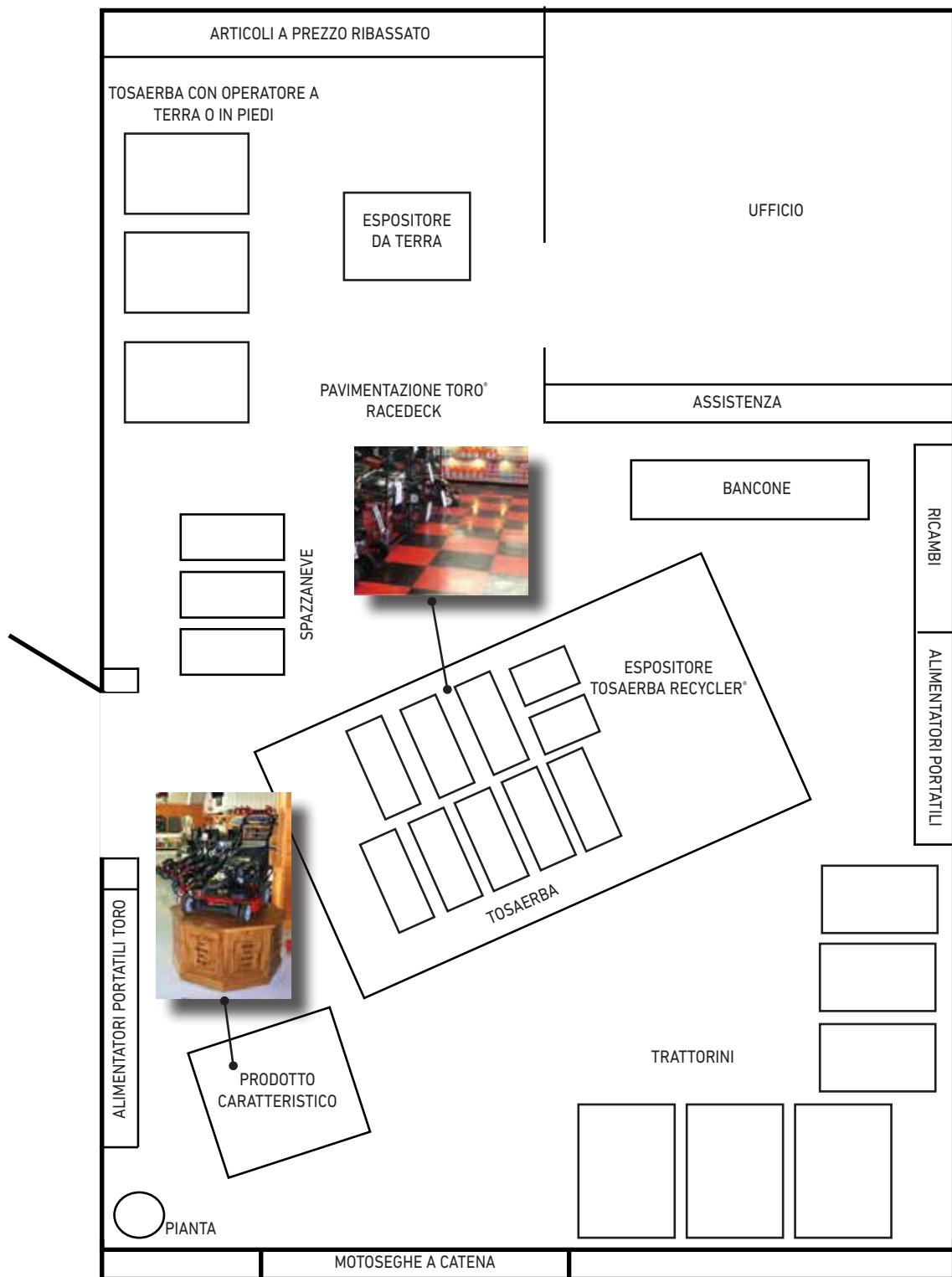
INTERNI: ESEMPIO A QUADRATO (B)



- Quando lo spazio è ridotto, sfruttate l'utilizzo di espositori salvaspazio o rastrelliere per tosaerba a 3 livelli.
- Non abbiate timore di disporre obliquamente i vostri prodotti per differenziare lo spazio.
- Sistemate i prodotti uno a fianco all'altro rivolti verso l'esterno su entrambe le file (schiena a schiena).

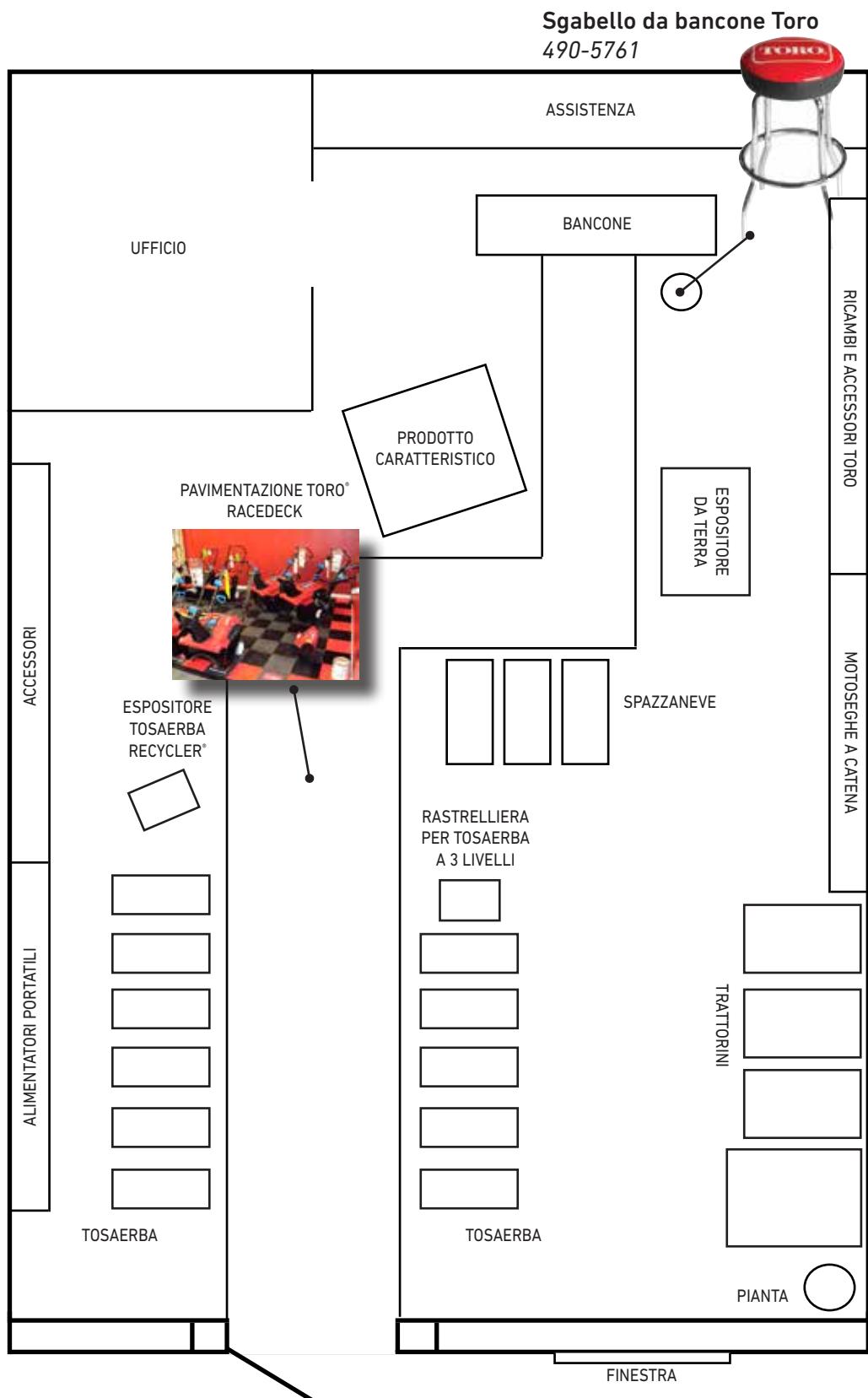
LAYOUT PUNTO VENDITA

INTERNI: ESEMPIO A RETTANGOLO (A)



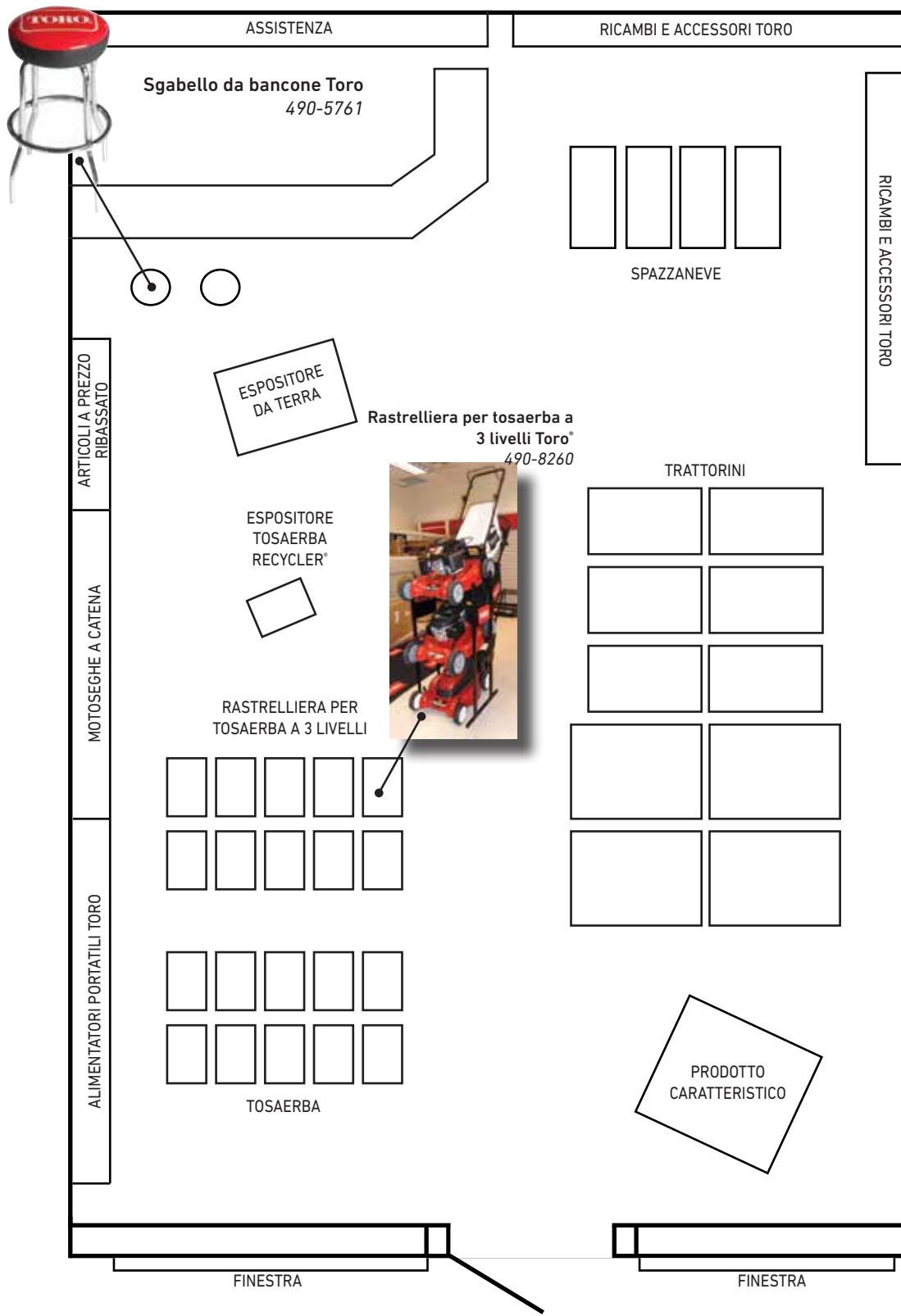
LAYOUT PUNTO VENDITA

INTERNI: ESEMPIO A RETTANGOLO (B)



LAYOUT PUNTO VENDITA

INTERNI: ESEMPIO A RETTANGOLO (C)



IL MARCHIO TORO®

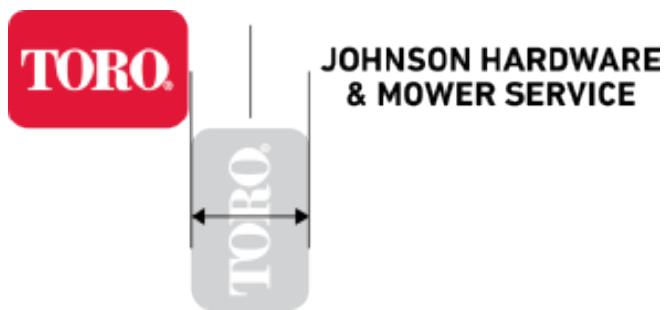
CO-BRANDING PER DISTRIBUTORI E RIVENDITORI

Linee guida di co-branding sono fornite per aiutare i nostri partner di distribuzione e rivendita ad applicare correttamente lo stemma Toro a fianco del loro nome e/o logo del marchio su indumenti, insegne, biglietti da visita e altro materiale di marketing. Per alcune categorie di prodotti, Toro fornisce pubblicità pre-progettata per l'utilizzo da parte dei nostri distributori e rivenditori partner.

PER MATERIALI A STAMPA

Non è necessario includere lo stemma Toro su tutte le comunicazioni a stampa di marketing o di altro tipo sviluppate da distributori/rivenditori in cui venga rappresentato un prodotto Toro, con l'eccezione degli articoli supportati da pubblicità cooperativa Toro. Tuttavia, quando lo stemma Toro viene utilizzato in associazione al nome e/o al logo del distributore/rivenditore, è necessario attenersi alle seguenti linee guida:

- Lo stemma Toro deve apparire sempre con il caratteristico colore rosso, ovvero Pantone® (PMS) 186 o la sua quadricromia equivalente.
- Lo stemma Toro deve misurare sempre tre unità in larghezza per due in altezza. Non modificate mai le proporzioni del logo, il carattere tipografico del logotipo e la sua posizione, né la posizione del simbolo di registrazione ® (si trova sulla stessa linea di base del logotipo).
- Quando vengono inclusi diversi altri marchi di prodotti, lo stemma Toro deve sempre avere dimensioni pari agli altri marchi concorrenti presentati.
- Quando viene applicato il solo stemma Toro a fianco del nome del distributore/rivenditore, è necessario utilizzare una riga divisoria verticale nera da 1 pt per separare i due loghi. La riga deve avere la giusta distanza di $\frac{1}{2}$ dell'altezza dello stemma Toro dai due loghi, come illustrato sotto.
- Quando viene utilizzato il nome di un distributore/rivenditore in associazione allo stemma Toro, il nome non deve essere di dimensioni maggiori del logotipo TORO.



CREAZIONE DI IMMAGINI GRAFICHE

Il marchio Toro deve essere sempre utilizzato con buon gusto e riflettere i nostri valori di brand. Quando lo stemma Toro è abbinato a illustrazioni, fumetti o altre espressioni artistiche non allineate alla nostra immagine aziendale, ci riserviamo il diritto di rifiutare tale utilizzo.

In determinate situazioni, potrebbe essere necessario creare un elemento grafico per definire un evento, gruppo clienti, fiera, promozione speciale o altro riconoscimento. In questi casi, lo stemma Toro deve avere sempre una posizione e dimensioni dominanti e mantenere la distanza minima richiesta. Lo stemma Toro e altri elementi grafici devono apparire in posizioni separate. Non utilizzate illustrazioni speciali per amplificare tali nomi e non inglobate mai lo stemma Toro in un altro elemento grafico.

Per la verifica di eventuali grafiche, inviate un'e-mail all'indirizzo brand.manager@toro.com.

UTILIZZO DEL COLORE DEL LOGO

Il logo Toro deve essere sempre prodotto nel caratteristico colore rosso, ovvero Pantone® (PMS) 186 o la sua quadricromia equivalente. Per garantire dimensioni, spaziatura e design corretti del logo, contattate Branden Happel all'indirizzo branden.happel@toro.com.



Rosso in quadricromia:

100% magenta, 80% giallo, 5% nero

SPAZIO TRASPARENTE DEL LOGO

Per garantire la corretta visibilità e massimizzare l'impatto, è necessario lasciare uno spazio trasparente minimo tra il logo Toro e qualsiasi altro elemento, incluso il bordo esterno del segnale. Le dimensioni dello spazio trasparente si misurano dall'altezza della "T" nel logotipo TORO.

DIMENSIONI DEL LOGO

Il logo Toro deve misurare sempre tre unità in larghezza per due in altezza. Non modificate mai le proporzioni del logo, il carattere tipografico del logotipo e la sua posizione, né la posizione del simbolo di registrazione ®.

TIPOGRAFIA

Il sistema tipografico per le insegne esterne presso le strutture Toro è Helvetica LT Std. Il grassetto è il font primario di preferenza. Sotto sono illustrati i dettagli stilistici e un esempio del segnale a piedistallo con l'indirizzo.

- Testo "MAIN ENTRANCE" in Helvetica LT Std. Grassetto, 20,75 pt con 29 Kerning in scala ($\frac{1}{2}'' = 1'-0''$)
- Il testo "8111 LYNDALE AVENUE SOUTH" è in Helvetica LT Std. Grassetto, 12 pt con 0 Kerning regolazione in scala ($\frac{1}{2}'' = 1'-0''$)



The Toro Company
New Exterior Sign Development - Unidirectional Sign Elevation - Visitor Parking - Lyndale Ave. Entrance - Double Sided
3/25/2014



Tutti i prodotti a marchio Toro® sono supportati da oltre 100 anni di storia, innovazione e affidabilità senza tempo. Investiamo costantemente nella ricerca e nello sviluppo per fornire ai clienti le caratteristiche di prodotto più innovative. Ecco perché Toro è uno dei brand più popolari e affidabili del suo campo. L'assistenza e i ricambi, sono garantiti da una rete globale di distributori esperti.

Personne vere. Supporto vero.

Caratteristiche innovative. Affidabilità provata.

TORO®

Count on it.



toro.com

Sede principale
The Toro Company
8111 Lyndale Ave. So.
Bloomington, MN 55420, U.S.A.
Tel.: (1) 952 888 8801
Fax: (1) 952 887 8258

©2017 The Toro Company.
Tutti i diritti sono riservati.

200-7836 IT

I prodotti illustrati in questa brochure sono solo a titolo dimostrativo. I prodotti destinati alla vendita possono variare in termini di utilizzo, design, accessori richiesti o nei dispositivi di sicurezza. Toro si riserva il diritto di migliorare i suoi prodotti e apportare modifiche a dati tecnici, design e attrezzature di serie senza preavviso e senza alcun obbligo. Per informazioni sulle nostre garanzie rivolgersi al distributore di zona.



facebook.com
twitter.com/TheToroCompany
youtube.com/ToroCompanyEurope

