

A revolução nos negócios

Tecnologia promete transformar radicalmente o relacionamento com cliente, tornando sua experiência mais amigável e agradável

Uma gôndola que identifica os clientes e oferece promoções personalizadas é a tendência para os shoppings do futuro. É o que afirma Regiane Relva Romano, mestre em Gerenciamento de Sistemas de Informação, doutoranda em Administração de TI e titular da VIP Systems, em entrevista a João Batista, titular da J2B Marketing. Essa nova forma de relacionamento será possibilitada pela tecnologia Radio Frequency Identification (Rfid) que revolucionará o cotidiano das pessoas e o relacionamento com cliente. Recém-chegada da conferência alemã CeBIT, ela participou das três últimas edições da convenção Internet of Things, e conta outras novidades do setor.

O que é a convenção Internet of Things?

Trata-se de um fórum onde são discutidas as novas tecnologias e o impacto delas no cotidiano das pessoas. A Internet of Things é a visão técnica da integração de qualquer tipo de objeto dentro de uma rede digital universal. É a metáfora da universalização das comunicações dos processos para a integração de qualquer tipo de dado digital e conteúdo, focando na identificação única de objetos reais ou virtuais. A Rfid é um componente chave neste processo, promovendo o link entre o mundo da produção e o mundo de serviço. Ela deverá criar oportunidades para um novo modelo de negócios que irá tirar vantagens de uma rede global, em que qualquer objeto poderá estar integrado a qualquer contexto. Por este motivo, essa tecnologia tem despertado o interesse de pessoas ilustres, como grandes pesquisadores, empresários, governos, associações, enfim, a sociedade como um todo, que entende que seu impacto será grande e que já começou! Os ambientes

estão se tornando inteligentes e disponibilizando a computação ubíqua, com uso invisível, criação, processamento, transmissão e armazenamento de informações. A miniaturização das coisas (nanotecnologia) e o avanço dos sistemas de comunicação têm tornado a internet das coisas realmente possível.

Qual o principal tema discutido na CeBIT, a maior conferência de tecnologia digital do mundo em Hannover, Alemanha?

Neste ano, tivemos destaque para os seguintes temas: Green It, sistemas de gestão do conhecimento, sistemas de gerenciamento do relacionamento com cliente, sistemas de segurança (lógica e física), sistemas bancários, GPS, jogos, equipamentos para mobilidade e armazenamento de informações, telemedicina, soluções para ajudar pessoas com necessidades especiais de locomoção, prédios e casas inteligentes, robôs, enfim, diversas soluções para grande parte das áreas de tecnologia. Entre os principais assuntos discutidos, destaca-se a evolução da Rfid, que está revolucionando o mundo. A Rfid é uma techno-

logia de identificação que utiliza ondas eletromagnéticas (sinais de rádio) para transmitir dados armazenados em um microchip. Um exemplo de como ela pode ser utilizada é na cadeia de abastecimento, com o Electronic Product Code (Código de Produto Eletrônico), que armazena o código único de cada produto e promete revolucionar toda a cadeia de abastecimento, principalmente quando a Internet das Coisas já estiver de fato implementada. Este código é lido por antenas instaladas na loja, integradas aos sistemas de entrada e saída de mercadorias, permitindo o controle de estoques, prevenção de perdas, inventários, agilização do PDV, rastreamento de produtos ao longo da cadeia de abastecimento, além de permitir a interatividade e de fornecer mais detalhes ao consumidor final.

Como essa tecnologia vai revolucionar o relacionamento com cliente?

Creio que a Rfid fará com que as operações de varejo e a experiência dos consumidores tornem-se mais in-



João Batista, da J2B Marketing, conversa com Regiane Relva Romano, da VIP Systems

teligentes, agradáveis e eficientes. Suas aplicações atingem todas as fases da cadeia de abastecimento - supply chain; agiliza o checkout, controle de estoques e datas de validade de produtos, ressuprimentos; auxilia na prevenção de perdas e aumento do relacionamento entre lojas e fornecedores; alérrh de otimizar os processos logísticos. No futuro não muito distante, a idéia é que os veículos de transporte e as mercadorias possuam tags, que possibilitarão rastrear a mercadoria durante toda a sua distribuição e auxiliar na prevenção de roubos de cargas, uma vez que poderão ser integrados a um sistema monitorado por satélites.

Essa transformação tecnológica já pode ser percebida no Brasil?

No Brasil, já temos a tecnologia disponível para ser aplicada tanto na logística como no produto. Várias empresas já estão prontas para oferecer produtos e serviços focados na utilização da Rfid. É importante que todos os processos sejam analisados antes de implementar a Rfid em uma empresa. Por meio da revisão dos processos empresariais, a Rfid auxiliará a fazer as coisas de modo diferente ou de forma mais simples, justificando os investimentos com a redução de custos.

E se pensarmos de forma mais abrangente, como será o dia a dia das pessoas?

Na casa do futuro, todos os eletrodomésticos serão equipados com antenas de Rfid. A geladeira poderá avisar sobre a falta de um determinado produto, identificar os que estão próximos da data de vencimento e, por meio da internet, completar a lista de compras e sugerir pratos com dicas e modo de preparo. No shopping do futuro, a leitura das etiquetas nos produtos será feita automaticamente, sem a necessidade de um operador, e o pagamento poderá ser realizado pelo celular. Nas lojas do futuro, a sensação será o provador, onde será possível vestir um manequim virtual com as roupas retiradas da gôndola, equipadas com etiquetas Rfid. A intenção é que este

manequim seja o próprio cliente. Com uma foto sua escaneada, o cliente poderá se ver no espelho com as peças escolhidas, sem precisar tirar a roupa. Já vi essa experiência em Nova York, na feira da National Retail Federation.

Você pode nos falar mais um pouco das aplicações da Rfid e seu impacto nas estratégias de negócios?

Na era em que nossos concorrentes estão a um clique de distância é fundamental que o cliente seja o centro das atenções e que os sistemas forneçam informações precisas para que as

um código único que o acompanhará por toda a vida. Por conta disto, a infraestrutura deverá ser revista, uma vez que serão necessários bancos de dados mais parrudos para suportar o volume de informações que serão geradas. Cabe lembrar que, hoje, cada item é um tipo de produto, ou seja, um chocolate X tem um código de produto e uma quantidade Y. Com a nova tecnologia, cada chocolate X terá um código único, que não se repetirá. Já pensou o tamanho da base de dados e da infraestrutura necessária para gerenciar estes estoques e as transações? Por outro lado, será pos-

“No futuro, os quiosques poderão interagir com os clientes que retirarem um produto da gôndola ou, se um cliente VIP passar com o seu cartão, saudá-lo pelo nome”

gôndolas estejam sempre repletas e os estoques estejam sempre no mínimo. Comprar bem, vender por um preço justo, manter a loja limpa e organizada, não é suficiente para garantir a fidelidade do cliente. É necessário encantá-lo e, acima de tudo, conquistar sua confiança, admiração e respeito. O Wal-Mart, o Metro Group, a Tesco, a Levis e outras gigantes saíram na frente e já estão utilizando a tecnologia com foco em reduzir estoques, dar ao cliente o que ele quer, no momento em que deseja e pelo menor preço possível. O objetivo de toda parafernália eletrônica é exatamente este: tornar a experiência de comprar agradável e, de preferência, inesquecível. A tecnologia deve ser transparente, ou seja, ela deve suportar todos os processos, mas não ser o foco, uma vez que o objetivo do varejo é vender e não ser um showroom digital! Por outro lado, quando ela não funciona, transforma a vida dos clientes em um verdadeiro inferno! O objetivo da tecnologia Rfid é agilizar o checkout, controlar os estoques e ressuprimentos, e aumentar o relacionamento entre lojas e fornecedores. A tecnologia em si é bastante simples. Cada produto deverá ter

sível encontrar os produtos que estão fora do lugar e realizar os inventários em frações de segundos.

Como se dá a convergência da Rfid com outras tecnologias, como os celulares?

A junção da Rfid, da rede Wi-Fi e da telefonia celular estão impondo um novo formato de negócios. Aproveitar a mobilidade dos consumidores, com a facilidade da web e com os recursos do celular, abrirá novas oportunidades para impulsionar as vendas. Saber os hábitos dos consumidores, suas preferências, seus anseios e ter sua confiança conquistada, proporcionará a venda de produtos por impulso. Quanto mais sutil for a aplicação da tecnologia, mais eficiente será. Entre os exemplos estão os quiosques que podem interagir com os consumidores à medida que um determinado produto é retirado de uma gôndola, ou aproveitar quando um cliente VIP passa com o seu cartão próximo a uma antena para saudá-lo pelo nome, e até personalizar as promoções de acordo com seu perfil. O problema é que, para isto acontecer, teremos que intensificar o Reality Show que já vivemos! 📺