

Esses dias bombou nas redes sociais um vídeo de uma loja moderna e digital da Amazon no evento NFR, na qual os próprios clientes podem ser atendidos sozinhos, na escolha dos produto e no check-out automático.

Vivemos em um mundo cada dia mais sofisticado e diverso!

Esse vídeo mostrou o tamanho da eficiência que se pode chegar em uma operação de varejo.

Não sei dizer o custo (funciona apenas para gigantes digitais como a Amazon ou é uma tecnologia acessível para qualquer empreendimento) nem a escala (funciona apenas para lojas de porte pequeno como do vídeo, ou também para super e hipermercados

onde fazemos as compras da semana?). Mas esse nem é o ponto que me chama mais a atenção.

O que me encanta é a diversidade de caminhos e estratégias para atender e encantar clientes igualmente diversos.

De um lado um modelo super high-tech, automatizado e self-service como esse, “human-free” voltado a quem tem pressa e não quer perder tempo com interações humanas ou filas. Em um mundo onde o tempo é cada vez mais valioso, essa abordagem tem seu valor e apelo.

Ao mesmo tempo, gerou uma grande repercussão por aqui esses dias mesmos um conceito implementado com sucesso e já em expansão na Europa (acho que era na Holanda) em que criaram caixas de supermercado em que as filas são lentas by design justamente para atender melhor e encantar os clientes mais idosos que gostam e preferem conversar!

Em um mundo com cada vez mais idosos que possuem carência de atenção e interação, esse modelo igualmente parece ter seu apelo!