

Varejo do futuro promete tecnologia

Deivid Cardoso

A CDL Porto Alegre, atenta às oportunidades do futuro no varejo, apresenta às associadas uma pesquisa que aponta as tendências do setor para os próximos anos. O estudo realizado pela Matéria Prima Pesquisa + Ação com exclusividade para a entidade mostrou que os próximos anos serão intensos e trarão mudanças significativas para o setor. A pesquisa faz parte das comemorações da entidade pelos 50 anos de atuação, celebrados em agosto de 2010 e foi apresentada em outubro durante o Almoço do Varejo.

A primeira tendência apontada no estudo permite afirmar que algum processo do varejo, será virtual. Se a compra for realizada em ambiente físico, com a presença de produtos e vendedores, o pagamento não será feito em moeda de metal, papel ou plástico, mas sim através de um sinal digital enviado de telefone celular autorizando a movimentação de valores entre a conta do consumidor e a do varejista. Mas ainda há a possibilidade de a compra ser feita de forma totalmente virtual, não como hoje acontece, mas usufruindo da realidade aumentada, permitindo ao consumidor "sentir" virtualmente seu objeto de compra.

A tecnologia ao alcance das mãos permitirá ver consumidores escaneando códigos de barras no interior da loja, olhando para os preços e fazendo comparativos para esse item instantaneamente, on-line, dirigindo-se aos vendedores para negociar a compra pelo menor preço e as melhores condições. Uma tendência é a implementação de RFIDs (etiquetas com micro transmissores de rádio). Analistas prevêem o surgimento de uma "internet de objetos", onde mercadorias de todos os tipos poderão ser monitoradas em escala global. As definições para a nova tecnologia já estão na enciclopédia livre wikipedia: os leitores de RFID podem ser instalados em aparelhos que fazem parte do dia-a-dia das pessoas, como os celulares. Colocando um destes celulares em frente a um produto com RFID obtém-se seu preço, por exemplo, assim como suas especificações. O celular também pode ser usado para compras, através da leitura do RFID de um determinado produto. A companhia de cartão de crédito efetua o pagamento através da autorização do celular.

A base da pesquisa é uma análise



Novas tendências para o comércio da Capital

se exploratória, qualitativa com dez entrevistas a especialistas no setor, incluindo varejistas, pesquisadores, consultores e representantes do setor público. Além destes dados, coletados em fontes primárias, foi feita uma extensiva coleta em dados secundários de forma a subsidiar as tendências macro ambientais.

Poder do Consumidor

Consumidores estarão usando aplicativos móveis para comunicar o bom, o mau, o que gostaram e o que não gostaram sobre sua experiência de varejo em tempo real. Através de redes sociais como o Twitter, consumidores podem postar que uma loja tem uma boa promoção, acelerando suas vendas; outro cliente posta em seu blog sobre o serviço terrível que acabou de receber, fazendo que consumidores migrem para outras lojas ou centros comerciais.

Tendências de consumo

O mantra de tornar as lojas mais acolhedoras para as mulheres e assim atrair mais homens nunca será mais verdadeiro do que durante a próxima década. Será hora de olhar para uma feminização da sociedade e uma masculinização das compras. Preocupar-se com a idade dos consumidores também se faz necessário. Para Maurício Morgado, professor do Centro de Excelência em varejo da FGV, esta realidade acerca do envelhecimento da população também merece atenção por parte do varejo: "De acordo com o IBGE, em 2050 teremos 1 velho para cada criança, a pirâmide vai virar um quadrado".

O público mais velho valoriza

etiquetas maiores, produtos ao alcance das mãos, corredores mais largos, espaço para descanso, fácil acesso às áreas comuns, atendimento treinado. Eles dispõem de tempo para se dedicar às compras, vão ao supermercado pelo menos cinco vezes por semana.

Movimentos Demográficos

Dois aspectos foram os mais destacados pelos entrevistados no que se refere a mudanças de caráter demográfico em Porto Alegre: o envelhecimento da população e a expansão da Classe C. Dados do IBGE apontam que em 2050, 36% da população brasileira terá 55 anos ou mais. Até que este momento chegue, muito deverá ser feito no que tange a preparação da sociedade, das cidades e das empresas para atender a esse expressivo segmento de consumo. "Porto Alegre vai ter que cuidar do envelhecimento da população. Entender como se trata o idoso, ter estrutura para acomodá-lo e recebê-lo", destaca Saiani.

Segundo dados coletados pela Revista Exame junto a FGV e IBGE, em 2003 a classe C representava 37% da população brasileira; em 2008 passou a 49% e, em 2014, projeta-se que 56% da população estarão nesta faixa de renda entre R\$1.115,00 e R\$4.808,00. Por trás desses números está uma enorme quantidade de consumidores que mudarão de classe econômica, migrando das classes D e E para um novo universo de consumo na classe C. Isto implica em mudanças de hábitos, com projeções médias de crescimento na ordem de 90% nos gastos com alimentação, vestuário, eletroeletrônicos, móveis, medicamentos e cuidados pessoais.

Carreira & Negócios

Dicas para o Sucesso

Por André Vinícius



Atendimento: Padronização é tudo - Um atendimento padronizado facilita o relacionamento com o cliente dentro da empresa. Como seus colaboradores recebem os clientes? Como atendem o telefone? Todos cumprimentam o cliente? Já pensou em redigir o MAC (Manual do Atendimento ao Cliente)?

Marketing: Para quem ele trabalha? - Para que o marketing da sua empresa seja realmente eficaz você precisa definir para quem ele trabalha: Para a empresa, para o produto ou para o cliente? O marketing eficaz trabalha para mostrar ao cliente que seu produto pode satisfazer uma necessidade e facilitar a vida dele.

Vendas: Relacionamento x Técnicas - O que é mais importante no processo de vendas: Relacionamento ou Técnica? Na dúvida, use os dois. Isso mesmo. Seja um profundo conhecedor de técnicas de vendas e invista pesado no relacionamento com o cliente. É como o casamento da razão com a emoção. Os dois se completam.

Liderança: Emoção não é fraqueza - Muitos líderes exprimem seus sentimentos como forma de manter uma linha de "durão". Quando você mostra aos seus colaboradores que possui sentimentos, está passando a eles a mensagem: "Eu sou igual a vocês" e isso gera reciprocidade da equipe.

Empreendedorismo: Arrisque para vencer - Todo empreendedor de sucesso arrisca nos negócios. Claro que prudência é importante em qualquer situação, porém o medo de perder mata a vontade de vencer. Grandes idéias só entram pra história se houver atitude. Não adianta ter uma idéia espetacular guardada dentro do armário.

Recursos Humanos: As três entrevistas - Durante o processo de seleção é importante que o candidato seja entrevistado por no mínimo três pessoas da empresa. Isso reduz o risco de erro na contratação, evitando que o candidato conquiste a vaga por coisas do tipo: "Eu fui com a cara dele. Acho que vou lhe dar uma chance".

Carreira: Demita a empresa - Quando o seu nível de satisfação para com a empresa começa a cair, está na hora de demitir-la. É isso mesmo que você ouviu. Da mesma forma que a empresa pode demitir um colaborador, você também pode dizer adeus à empresa para ser feliz em outra organização. Lembre-se: A satisfação precisa ser uma via de mão dupla.

Literatura: História da Propaganda Mundial - Finalmente, enquanto a explosão da mídia digital e o fim do tradicional hábito de ver TV ameaçam mudar a própria natureza da propaganda, Mark Tungate nos mostra essa indústria como ela é e apresenta uma visão do seu futuro. Apresenta uma visão global do desenvolvimento da propaganda e, usando depoimentos de muitos dos principais personagens que deram forma ao mundo da propaganda, da década de 50 até os dias de hoje, lança também um olhar inclemente sobre o futuro da propaganda. Um livro fantástico para curiosos e profissionais. Autor: Mark Tungate. Editora: Cultrix.

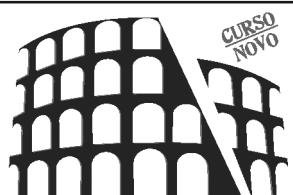
Dicionário: Know-how - O know-how, savoir-faire ou conhecimento processual é o conhecimento de como executar alguma tarefa.

Frase: Clientes - "As empresas existem para criar e preservar seus clientes. Não para criar produtos, como muita gente imagina. Os produtos são efêmeros; os clientes não". (Don Peppers)

Blog do Professor: Conteúdo - Artigos, podcasts, notícias, vídeos, e-zines, frases, histórias de sucesso, livros e muito mais informação para sua empresa e carreira você encontra em www.andrevinicius.com

(*) consultor, professor e palestrante em vendas, atendimento, liderança, marketing empresarial e digital, tecnologia, carreira, desenvolvimento pessoal e motivação. Envie perguntas, opinião, críticas, dúvidas, sugestões e solicitações através do e-mail: andre@andrevinicius.com Para conhecer um pouco mais sobre André Vinícius acesse o site www.andrevinicius.com. Siga-me no twitter: @professorandre

PROF. MS. ALEX PINHEIRO



WWW.GRUPODEHISTORIA.COM
ENEM & VESTIBULAR

valores e horários: consulte o site

ZAMBONI
CONTABILIDADE

Sua contabilidade precisa de ajuda? A gente faz pra você.

Rua Jerônimo Coelho, 85/302 - Centro
Fone 51 3221-7701 Fone/Fax 51 3227-2828
E-mail: zambonicontabilidade@terra.com.br