



## Opinião



Por **Luís Marques**  
*AR Evangelist, NextReality*

# RETALHO, UM DOS MERCADOS QUE MAIS VAI MUDAR COM REALIDADE AUMENTADA

A Realidade Aumentada está a emergir como uma das principais tecnologias dos nossos tempos. Grande parte das pessoas já utiliza a sua capacidade de sobrepor conteúdos virtuais à nossa realidade física, mesmo sem se aperceber, desde filtros em aplicações de redes sociais, que nos deixam trocar de cara com o gato lá de casa e até ver se POÁNG com estofado verde e acabamento em bétula combina com as cortinas da sala, passando pela caça furtiva de criaturas digitais que vão aparecendo nos passeios das nossas cidades.

A Realidade Aumentada pode parecer engraçada nos filtros do Facebook e em jogos móveis como o Pokémon Go, mas esta tecnologia tem o potencial de acrescentar valor a praticamente todos os setores e começa já a mudar drasticamente alguns mercados e indústrias.

O setor do retalho já se apercebeu das potencialidades da Realidade Aumentada para melhorar a experiência do cliente e fazer a ponte entre a sua oferta *online* e física, e prova disso é o crescente número de marcas e empresas a apostar na tecnologia. Esta nova fase tecnológica do retalho assenta nas sucessivas revoluções pelas quais este setor tem passado. Pensemos na evolução da experiência do consumidor ao longo dos últimos 30 anos.

Durante a maior parte da História deste setor, no caso de querermos adquirir um qualquer item, tínhamos de nos deslocar fisicamente até à loja onde esse item se encontrava à venda. Como método de pesquisa, digamos assim, podíamos

folhear um catálogo da marca com uma oferta limitada dos produtos vendidos ou guardar aquela folha da revista que lemos enquanto esperávamos a nossa vez no dentista. Escolhido o artigo que pretendíamos comprar, tínhamos então de ir até ao sítio físico onde esse artigo estivesse disponível, durante o seu horário de funcionamento, claro, para ter uma boa ideia das suas dimensões reais, se o

**“Ter a oportunidade de visualizar todas as informações, funcionalidades e opções de um determinado artigo em exposição, de uma forma dinâmica e interativa, pode ajudar a decisão de compra final. Poder customizar qualquer produto de acordo com as nossas preferências e ver como essas preferências afetam o produto em exposição, dá-nos uma melhor compreensão de todas as escolhas disponíveis.”**

comprimento do casaco era o desejado ou se a cor do verniz ia bem com o nosso tom de pele. O caso complica-se ainda mais para todos aqueles *showrooms* de artigos que serão adaptados ou feitos à medida dos seus futuros espaços de instalação, como o caso de *showrooms* de materiais de construção.

Com o advento das lojas *online*, ganhámos uma oferta quase ilimitada de produtos que podem ser adquiridos a qualquer hora do dia e em qualquer

parte do mundo. Deixámos de estar restringidos pela oferta dos pontos de venda onde nos podemos deslocar fisicamente. Mas, apesar de ser extremamente prático remodelar uma cozinha inteira enquanto vamos de metro para o trabalho, a experiência de compra *online* tradicional anula quase por completo a dimensão física dos artigos vendidos. Podemos sempre procurar e escolher um qualquer artigo numa loja *online* e depois deslocarmo-nos até à respetiva loja física para o comprar, mas e se o artigo que de facto queremos for apenas vendido por um retalhista do outro lado do mundo? Arriscamos e fazemos a encomenda à mesma? Contentamo-nos por uma alternativa menos atrativa, mas local?

A Realidade Aumentada surge como a solução para o nosso problema, fazendo a ponte entre o retalho físico tradicional e o *online*. Retalhistas que concentrem toda a sua oferta *online*, ou que não tenham pontos de venda físicos nas proximidades, podem criar catálogos imersivos com opções de visualização dos seus produtos, ultrapassando as desvantagens de não ter uma loja física e deixando os seus clientes experimentarem cada produto no seu próprio ambiente. Subitamente, ganhamos a capacidade de ver em tempo real e à escala real se o nosso novo sofá cabe na sala ou experimentar os 421 tons de verniz de uma determinada marca. Através da Realidade Aumentada, conseguimos visualizar todas as opções disponíveis

e tomar decisões de compra mais facilmente, e com base em mais informação. Por exemplo, voltando à remodelação da cozinha, não é de todo viável aplicar todos os diferentes tipos, cores, texturas ou padrões de azulejos disponíveis no catálogo, de uma qualquer marca de revestimentos cerâmicos, para ver qual, de facto, é aquele de que gostamos mais e melhor se encaixa no espaço. Mas se tivermos a opção de substituir, de uma forma digital, o chão completo as vezes que quisermos, de uma forma rápida e fácil, a nossa decisão final torna-se mais fácil.

Mas não é só a nossa experiência de compra *online* que será transformada com a evolução desta tecnologia, também a nossa experiência em loja tem muito a ganhar. O total desaparecimento dos pontos de venda e lojas físicas não

é, para já, uma realidade. O expectável é uma total revolução no modo como estes espaços se posicionam e as experiências que oferecem aos seus visitantes. Ter a oportunidade de visualizar todas as informações, funcionalidades e opções de um determinado artigo em exposição, de uma forma dinâmica e interativa, pode ajudar a decisão de compra final. Poder customizar qualquer produto de acordo com as nossas preferências e ver como essas preferências afetam o produto em exposição, dá-nos uma melhor compreensão de todas as escolhas disponíveis. Qualquer uma destas dinâmicas ajuda a reduzir o volume de inventário e informação visual em exposição, um único produto-base pode ser transformado através de Realidade Aumentada para mostrar todas as opções e informações

relevantes existentes para esse produto de uma forma virtual, libertando espaço e permitindo a *designers*, decoradores e arquitetos transformar estes locais de venda físicos em locais mais funcionais e agradáveis e que apelem ao lado mais social da experiência do consumidor. O retalho é um dos vários setores onde a Realidade Aumentada tem o potencial de acrescentar valor ao longo do processo de tomada de decisão e compra do consumidor. Com o desenvolvimento da tecnologia, vamos assistir a cada vez mais aplicações em áreas como o Turismo, o Imobiliário e Construção e a Indústria. Para mais sobre Realidade Aumentada e o seu impacto nos nossos mercados e na nossa sociedade, mantenha-se atento. Afinal de contas, somos especialistas. 📱

# ARE YOU READY?

Antecipe-se à campanha de final de ano e reserve agora os seus equipamentos Linde



 Rental Solutions

As campanhas logísticas de Black Friday, Natal e fim de ano estão prestes a começar. Para esses picos de trabalho, a Linde está consigo e proporciona-lhe o serviço **Rental Solutions**, aluguer de empilhadores por dias, semanas ou meses. Um serviço flexível, eficiente e sem complicações burocráticas, que se adapta à sua operação.

 Rental Solutions: a solução para a logística da sua empresa.

Mais informação → [www.linde-mh.pt](http://www.linde-mh.pt)