

O Boticário lança prateleira inteligente e quer erro zero na exposição de produtos

O Boticário está apostando em prateleiras inteligentes, que operam com big data e machine learning, para otimizar a relação do cliente com o produto, além da organização dos displays. A nova prateleira, que está em fase de testes, recebe sensores conectados a microcâmeras que são capazes de identificar quando os produtos são retirados ou manipulados.

Jorge Toledo, vice-presidente de negócios da SAP, afirma que a solução é capaz de informar aos setores internos do O Boticário as movimentações nos displays. Tudo em questão de milissegundos. O executivo afirma que encher e arrumar as prateleiras é uma das prioridades dos varejistas dependendo do tipo de consumidor que ele possui. “Há segmentos do varejo em que a apresentação do display e dos produtos fazem toda a diferença. A estética da loja é uma das prioridades em alguns casos, como do O Boticário”.

Além de derrubar consideravelmente o tempo necessário para a substituição de produtos na prateleira ou no preenchimento de espaços vazios, a nova solução quer proporcionar erro zero na disposição dos produtos. Com o acúmulo de informações no banco de dados, O Boticário poderá fazer trocas velozes dos produtos nas prateleiras a depender do desempenho deles.

Outra contribuição que a prateleira inteligente promete trazer é identificar a relação do consumidor com o produto, se ele é, por exemplo, rejeitado na gôndola ou levado no primeiro contato. “É possível tirar insights da manipulação dos produtos por parte dos clientes avaliando aqueles que são retirados da prateleira, mas colocados de volta. Quantas vezes isso acontece? Por que estão devolvendo aquele produto? O que

está errado com ele? Por que nessas lojas essa devolução acontece mais que em outras? E a partir daí, criar soluções”, explica Toledo.

Robert Nunes, gerente de TI do Grupo Boticário e um dos líderes no processo de transformação digital da marca, aponta mudanças profundas acontecendo no papel das vendedoras dentro da loja. Cada vez mais, segundo Nunes, o papel de vendedor se transforma no de especialista, alguém que conhece com profundidade os gostos do cliente e as características da marca. “Nossas consultoras já têm todo o background, a vivência das vendas. Com base no aparato tecnológico, a integração com o cliente será ainda maior”, avalia.

Como funciona?

As prateleiras inteligentes recebem microcâmeras e sensores de movimento que interagem entre si. Cada vez que acontece um movimento na prateleira o sensor identifica e uma foto é tirada. Essa imagem sobe para a nuvem e abastece a base de dados e o sistema de machine learning. Os algoritmos identificam qual o produto que foi manipulado e se ele foi levado pelo cliente ou se voltou à prateleira e se está no lugar certo de exposição.

Para fazer esse reconhecimento, o sistema da SAP precisou ser abastecido com 700 fotos por produto, tiradas de diferentes ângulos. Jogadas nos bancos de dados, as fotos servem para que o sistema possa entender se o que está exposto na prateleira naquela momento casa com as imagens dos produtos que ele possui. Se houver diferença, a empresa fica sabendo e poderá repor rapidamente.

O software é capaz de dizer ainda qual a precisão da “visão” que as câmeras estão tendo do produto e a capacidade delas de reconhecer o que está acontecendo de fato. A depender da posição do produto em relação à câmera, o percentual de acerto do reconhecimento por imagem cai. Toledo explica que, para

haver algo perto de 100% de capacidade de identificação da realidade, o sistema precisa ser abastecido com algo em torno de 15 mil fotos. No protótipo, a identificação varia de 53% a 100%. Segundo o executivo da SAP, o desempenho já é suficiente para que a tecnologia seja colocada no mercado.

No Varejo por: Por: Raphael Coraccini