

# MARTINS

Ano 15 – nº 122 – Setembro/Octubro 2011 – R\$ 16,90

## Especial Vinhos

Tudo que você precisa saber sobre a bebida

## Antes e Depois

Mais uma história de renovação de loja comandada pela UMV

## NO VAREJO

Juntos, cada um vale mais

## Inovação

Conheça as novidades tecnológicas que vão mudar a sua loja

## Ideias pelo Mundo

Um passeio pela rede supermercadista inglesa Sainsbury's



A melhor época de vendas do ano chegou. Esteja pronto!

# O poder do entra e sai

**O FLUXO DE PESSOAS DE UMA LOJA É UM DADO VALIOSO. CONHEÇA AS NOVIDADES TECNOLÓGICAS EXISTENTES E COMO ELAS PODEM AJUDAR O SEU NEGÓCIO**

Um grande supermercadista, não satisfeito com os resultados que vinha obtendo, queria conhecer melhor o comportamento de compra de seus consumidores. Com a ajuda de uma empresa especializada, instalou câmeras na loja para medir o fluxo de pessoas – a solução conta e analisa quem entra e sai do estabelecimento –

e descobriu, por exemplo, que 35% de todo o movimento do dia ocorria na hora do almoço.

Como a região era povoada por empresas, o chocolate da sobremesa, e CDs e DVDs eram os itens mais comprados. Com essa informação, o supermercadista percebeu que era o momento de oferecer promoções casadas, aliando as duas categorias de produtos e investir mais nos displays dessas áreas.

Descobrir as “áreas quentes” da loja, ou seja, as áreas em que as pessoas mais circulam – outra função desse tipo de solução – foi fundamental para aumentar a receita do negócio. “Esse tipo de informação ajuda o lojista a tomar decisões estratégicas, práticas e operacionais



com mais assertividade”, garante Heloísa Cranchi, diretora-geral da Virtual Gate, empresa de inteligência de varejo.

A informação de fluxo de consumidores e a taxa de conversão apontam-se como algo essencial para gestão do varejo moderno. “Quem quiser ser competitivo vai ter de tratar o seu varejo como um processo”, opina Fernando Maman, sócio diretor da Feixe Tecnologia, especializada em sistemas de contagem.

Para ele, assim como não se abre uma loja sem iluminação e ar-condicionado, não se deve inaugurar uma sem um medidor de fluxo de consumidores. “Mas ainda é o grande varejo o maior comprador desse tipo de solução. O pequeno varejista ainda crê que pode tomar conta de tudo, já o grande sabe que tem que distribuir e terceirizar”, afirma Maman.

Não basta apenas contar. O objetivo é conseguir, a partir desse número, dados que ajudem a analisar a operação da loja. “A função do contador de fluxo de pessoas está em mostrar a realidade da loja, mas nada adianta tê-lo e não usar as informações geradas”, opina Luiz Fernando Sambugaro, diretor de comunicação da Gateway Security. “Uma vez que a loja começa a tirar valor da informação ele não quer ficar nem uma hora sequer sem o dado correto”, afirma o sócio diretor da Feixe.

### Tecnologia nunca é demais

Na mesma linha, para as lojas que possuem vitrines, existem soluções que medem o número



Luiz Fernando Sambugaro, da Gateway Security.  
“É preciso saber como usar as informações geradas pelo fluxo”

### Tecnologias mais usadas

**Infravermelho** Pode ter um feixe (mede apenas “passagens”) ou duplo feixe que mede entrada e saída.

**Visão robótica** Funciona por meio de câmeras instaladas no teto. É capaz de contar a passagem de várias pessoas simultaneamente. Pode observar o sexo, a etnia, a faixa etária, entre outros.

### Benefícios da gestão do fluxo de clientes

- Maior conhecimento do comportamento dos clientes no momento da compra.
- Mensuração das ações de marketing.
- Melhora da experiência de compra do cliente.
- Com base nas informações, há a possibilidade de realizar ações e promoções “casadas” de produtos.

## Era uma vez...

A história dos contadores de fluxo surgiu quando o mercado tomou consciência da equação fundamental do varejo: receita é igual ao fluxo de consumidores vezes a taxa de conversão, vezes o valor do ticket médio.



O ser humano munido de lápis e papel foi o primeiro equipamento de contagem. Com o tempo, os contadores automáticos surgiram ajudando na precisão dos dados e na redução de custos

na contagem (um funcionário só para contar era caro).

Tudo indica que o primeiro contador automático foi a roleta de madeira colocada na entrada e na saída da loja que forçava a formação de uma fila indiana. Esse tipo foi usado muito nos Estados Unidos da década de 1940. Com ele, nasceu a primeira lição do



fluxo: barreiras físicas na entrada da loja inibem o fluxo de consumidores e impactam negativamente a receita.

A partir dos anos 90, surgiram vários tipos de contadores: infravermelho, sensores de peso, sensores térmicos, ultrassom, laser e mais recentemente a visão robótica (câmeras).

Fonte: Arquivo Feixe  
- Inteligência de Fluxo de Consumidores

de pessoas que passam na frente da loja e por quanto tempo permanecem em frente a ela. “É uma informação importante para saber se o layout de frente de loja está atrativo ou não”, explica Heloisa, da Virtual Gate, que também está trazendo para o Brasil outra solução que mede o tempo de fila, permitindo ao varejista tomar uma atitude quando a espera for longa.

As empresas que disponibilizam essas soluções também se envolvem com o treinamento e a disseminação do conceito de gestão de fluxo para a equipe da loja, e com o planejamento de ações corretivas. “Após a captura de imagens, os dados são enviados para o data center onde as informações são processadas. O relatório é um instrumento ‘frio’, por isso damos apoio para analisá-lo”, complementa a diretora.

Heloisa Cranchi,  
da Virtual Gate  
“Dados ajudam  
o lojista a  
tomar decisões  
com mais  
assertividade”

Segundo Sambugaro, da Gateway, esses relatórios são um verdadeiro tesouro. “Se pensarmos em uma loja que tem esses dados acumulados de anos, dá para se tirar muitas informações, até sobre a equipe. Dá para saber se com um determinado gerente a conversão da loja aumentou ou diminuiu, entre outros aspectos”, garante o diretor. Na Gateway, as informações também ficam armazenadas em um ambiente on-line para serem acessadas pelo cliente.

A Feixe foi a primeira empresa a ter a patente do contador de infravermelho por feixes no Brasil – mede o fluxo de entrada e saída de pessoas separadamente. Além da solução, a empresa possui uma consultoria que disponibiliza indicadores nacionais como o Mercadoflux, realizado em parceria com o Ibope, que mostra o comportamento do consumidor e o fluxo é uma das variáveis. “Dá para fazer a gestão da rede do varejista contextualizada no mercado nacional”, conta Maman. ¶

