

# Storytelling

## Vendedor

Autor: Matheus Salles Blanco

Revisão: Saleh Kader

Tecnologia é uma coisa que, ao mesmo tempo, pode ser muito boa é muito estranha. A influência que ela consegue exercer em cima das coisas do dia-a-dia é algo que impressiona. Coisas tão básicas e essenciais sofrem com um processo de criação e inovação tão forte que acaba por mudar toda a nossa experiência com a determinada tarefa. Parece que a tecnologia está mesmo chegando para ficar, e para alterar completamente nossas vidas.

Uma dessas novidades que realmente me chamou a atenção é um pequeno App usado na China. Ele se chama WeChat, e aparentemente vem pré-instalado em todos os smartphones de lá. Aparentemente, o WeChat é um App de bate-papo, como o nosso famoso WhatsApp, entretanto embutido com um monte de funcionalidades diferentes. Uma dessas funcionalidades é um serviço de pagamento chamado WeChat Pay. Tipo o nosso PicPay embutido no WhatsApp, formando um daqueles chamados SuperApps.

Mas não é essa funcionalidade que me chamou mesmo a atenção. Tem algo muito melhor.

Porém, antes de continuar eu acho melhor eu te contextualizar melhor sobre quem eu sou. Meu nome não importa muito para esse relato, só o fato de que eu sou gerente geral do Sushi Loko funcionando no novo shopping do estado de São Paulo. Aquela mesma história de sempre, shopping, lojas, praça de alimentação, nada fora do cotidiano de um shopping. Com exceção de uma coisa.

Enquanto eu lia mais sobre o WeChat Pay, acabei esbarrando em algo que pôde ser aplicado a partir da existência desse Pay. Algo que está sendo fortemente implementado em todas as maiores cidades da China, por ser realmente uma ideia inovadora. Essa ideia está acabando com o conceito de filas, pois inutiliza toda a interação que o cliente tem com o caixa de uma lanchonete ou restaurante.

Não vou saber te dizer o nome dessa funcionalidade, só que ela faz parte do WeChat e funciona mais ou menos assim:

- Um cliente chega num restaurante e escaneia o QR code que se encontra lá;
- O app abre então um menu com as opções de cardápio;
- Seleciona os itens que deseja pedir;
- Confirma o pedido e o app utiliza o Pay para pagar o lanche;
- A comida chega ou você levanta pra pegar;
- Come e vai embora.

E fim. Algo tão simples conseguiu acabar com a necessidade de filas. Fiquei tão interessado nessa ideia que, utilizando minha autoridade como Gerente Geral do Sushi Loko, me aproximei do dono do shopping e sugeri essa ideia. Vou te poupar dos detalhes dessa conversa, pois não é o nosso foco aqui. Só vou dizer que ele aceitou bem e

contratamos um time de engenheiros da Universidade de Brasília Campus Gama para criar o programa.

Deu muito certo.

O “App”, que na verdade é um site que abre no seu celular a partir do QR code, se chama **QRComer** (se fala quer-comer) e funciona de maneira bem parecida com o do WeChat. Com certeza alguém vai escrever uma review sobre a visão do cliente, então vou me focar nas funcionalidades para vendedores neste texto.

O site funciona de maneira a cadastrar shoppings e lanchonetes. Cada shopping gera um QR code diferente e é a partir dele que toda a interação acontece. Ele dá acesso a todos os restaurantes localizados no shopping.

E para cadastrar um restaurante é tão fácil quanto. Durante o cadastro do Sushi Loko, escolhido pela equipe e por mim para ser a rodada de testes, teste beta como eles chamam. Tivemos que antes realizar nosso cadastro, com informações como CNPJ, nome Fantasia, Razão Social e informações burocráticas desse tipo.

Isso tudo numa telinha só. Ai pro próximo passo, o site abriu uma nova tela com novos campos a serem preenchidos. Esse pedia informações de comidas e produtos, sendo que para adicionar mais de um produto, tivemos que re-abrir essa mesma página uma quantidade considerável de vezes. Ela pedia informações como Nome do alimentos, possíveis complementos, observações, do que o pedido era composto, tempo necessário médio para que ficasse pronto e, finalmente, preço.

São informações bem básicas, o que significa que nós basicamente tivemos que adicionar nosso cardápio inteiro no aplicativo. Foi um processo chatinho mas recompensador.

Alguns meses se passaram e o shopping finalmente inaugurou e, com ele, o novo site de pedidos. Devo dizer que os resultados até o momento têm sido ótimos.