

O que é Phygital? Confira esse guia sobre o assunto!

Muito se fala sobre a onda Phygital e seus impactos no varejo e na experiência do consumidor. Porém, este conceito é claro para você?

Se não, fique tranquilo, pois, neste artigo, nós vamos esclarecer tudo sobre esse assunto. Confira!

O que é Phygital

Como o nome diz, Phygital é a fusão dos universos físico (physical, em inglês) e digital. Já sabemos que essas duas esferas são complementares.

Desde a popularização da internet na década de 90, pensava-se que o [futuro](#) seria totalmente digital. Hoje, sabemos que não é por aí e nos questionamos - será que, de fato, queremos chegar lá?

O phygital se propõe a integrar experiências presenciais às digitais, aplicando diversas tecnologias (realidade aumentada, realidade virtual, geomarketing, filtros de aplicativos, [live commerce](#)) à realidade das pessoas.

O objetivo é promover experiências imersivas, interativas e personalizadas, para gerar maior engajamento e conexão com o consumidor.

Phygital é o mesmo que omnichannel?

Não, phygital e omnichannel não são a mesma coisa. O omnichannel trabalha a convergência de canais físicos e digitais das marcas para unificar a operação e a experiência do cliente.

O phygital, como vimos, incorpora tecnologia à experiências presenciais. Assim, uma marca que ainda não aderiu à transformação digital e que não utiliza uma estratégia multicanal, está mais distante de aplicar o phygital em suas ações.



dito

**Quer vender mais para
a sua base de clientes?**

Fale com um especialista:

Saiba mais



Evolução da experiência do consumidor

Considerando que vivemos o tempo da economia da experiência, o phygital torna-se fundamental para fazer a diferença para o [consumidor](#).

Trata-se de um movimento econômico baseado em vivenciar experiências, para além do simples consumo de produtos ou serviços. Por exemplo: se antes era suficiente comprar um vinho, em seguida passou a ser mais interessante visitar a vinícola.

Essa experiência em si já não basta: queremos visitar a vinícola e ver todas as etapas de produção do vinho, do processo de cultivo das uvas à forma como a bebida é engarrafada.

Acompanhar a evolução da experiência do consumidor significa transformar-se e adaptar-se com ele.

Experiência analógica x digital

Pedir uma refeição via aplicativo é cômodo, mas pode ser comparado a sair para jantar em um restaurante temático, por exemplo?

Somos seres analógicos e gostamos dessas experiências. Ao mesmo tempo que queremos soluções inovadoras e tecnológicas para nossas demandas diárias, também não abrimos mão de vivenciar momentos únicos que o digital não supre da mesma forma.

A maior prova disso é a pandemia, período em que podíamos contar quase que exclusivamente com interações digitais e remotas. O que mais se ouviu ao longo dos meses de reclusão foram queixas sobre a falta que fazia “viver presencialmente”.

Nesse sentido, o Varejo deve estar atento ao novo papel das lojas físicas. Se o consumidor entendeu

que é fácil, prático e rápido comprar online, como atraí-lo ao ponto de venda físico?

A proposta deve ir além do objetivo comercial, promovendo uma experiência imersiva que o cliente não terá por meio de canais digitais.

Muitas marcas estão investindo em lojas conceito (ou [flagship stores](#)) para promover aproximação com o cliente, trabalhando recursos visuais (ornamentação e arquitetura) e explorando elementos emocionais e sensoriais.

Você já pensou nisso para o seu negócio ou aplica alguma dessas estratégias? O phygital já é uma realidade para sua marca? **Deixe a sua opinião nos comentários.**