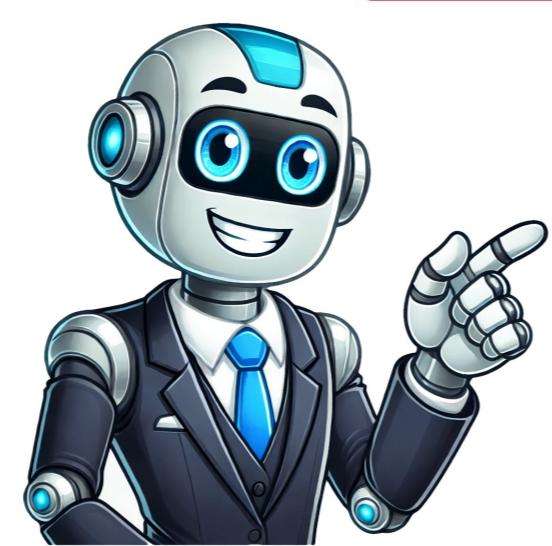


Click to verify



Dark store o que é

With the pandemic, many consumers have started shopping online. As a result, customer experience has become the top priority for virtual stores: after all, they seek personalized, quick, and positive interactions. One crucial aspect currently is allowing customers to access their purchases when, where, and how they want. To achieve this, however, it's essential that distribution centers are close to customers — something that's not possible with traditional infrastructure models. The Canaltech is on WhatsApp! Join the channel and follow technology news and tips It was then that dark stores emerged — "dark" stores in Portuguese. These units are already common in countries like the UK, France, and the US, where retailers such as Walmart, Carrefour, and Target invest in this model. These exclusive units for product storage, separation, and shipping focus on commercialized online products. Unlike traditional distribution centers, they have reduced sizes and are located in urban areas with high population densities. The goal is to shorten the distance between product and customer, allowing same-day or next-day deliveries. Dark stores can also be referred to as microhubs, mini-fulfillment centers, or hyper-local fulfillment centers. Their layout is similar to traditional stores, allowing separators to quickly access products and assemble orders for shipping or pickup. Dark stores are the final stage of the logistics chain and function solely as storage points or pickup locations. As such, they dispense with the presence of sales associates who offer advice to customers, displays at point-of-sale, and checkout counters. Benefits of dark stores Research by PwC's Global Consumer Insights 2018 indicates that nearly half (45%) of Brazilians are interested in buying basic items online. Two-thirds (64%) are willing to pay more for faster delivery, if possible, on the same day. With dark stores, this is possible, since they are located closer to consumers in urban areas. This speeds up deliveries and ensures a better customer experience. And that's not all: dark stores also offer additional benefits. It's possible to transform underutilized physical stores located in strategic city points into dark stores. Depending on the size of the unit, it can remain open to the public with a dedicated area for e-commerce orders. Implementing and operating dark stores is more cost-effective than traditional retail models. This is because they don't require the same level of planning. This model helps reduce transportation costs and environmental impacts associated with carbon emissions related to delivery. Additionally, it allows offering incentives to customers who pick up their items. Regions with high volumes of orders can be easily serviced: with the right strategies and a well-planned logistics network, this is achievable. Dark Stores: A Técnologia Para O Sucesso Comercial As lojas virtuais começaram a se preocupar com a experiência do cliente, pois eles buscaram interações personalizadas e ágeis. Uma das principais necessidades dos clientes é ter acesso aos produtos comprados quando, onde e como quiserem. Para atender a esse requisito, os centros de distribuição precisam estar próximos dos clientes, o que não é possível com os modelos tradicionais. As lojas escuras, ou dark stores, surgiu para resolver esse problema. Elas são unidades exclusivas para armazenamento e envio de produtos comercializados online, localizadas em áreas urbanas e com tamanho reduzido. O objetivo é encurtar a distância entre o produto e o cliente, permitindo entregas no mesmo dia ou no dia seguinte. As dark stores têm layout semelhante ao das lojas tradicionais, mas dispensam a presença de colaboradores que oferecem conselhos aos clientes e os displays nos pontos de venda. As vantagens das dark stores incluem: * A possibilidade de transformar lojas físicas com pouco movimento localizadas em pontos estratégicos da cidade em dark stores; * A redução dos custos de transporte e os impactos ambientais relacionados às emissões de carbono associadas à entrega, e * A capacidade de oferecer incentivos a clientes que coletam os itens comprados. Além disso, as dark stores podem ser implantadas e operacionalizadas mais barato do que as lojas tradicionais. Isso torna o modelo muito atrativo para as empresas que buscam melhorar a experiência do cliente e reduzir os custos de logística. A dark store é uma loja que processa uma grande quantidade de pedidos com alta velocidade e eficiência. Ela também pode ser integrada ao sistema de gerenciamento de estoque e logística da empresa, permitindo uma melhor gestão dos estoques e uma entrega mais rápida. As dark stores são unidades exclusivas para armazenamento e envio de produtos comercializados online, localizadas em áreas urbanas e com tamanho reduzido. Elas podem ser chamadas de microhub, minicentro de distribuição urbano ou hyper local fulfillment center. O objetivo das dark stores é encurtar a distância entre o produto e o cliente para permitir entregas no mesmo dia ou no dia seguinte. As vantagens das dark stores incluem a possibilidade de agilizar as entregas e garantir melhores experiências ao cliente. Além disso, é possível transformar lojas físicas com pouco movimento localizadas em pontos estratégicos da cidade em dark stores. A implantação e a operacionalização das dark stores também são mais baratas que as de lojas tradicionais. Esse modelo ajuda a reduzir os custos de transporte e os impactos ambientais relacionados às emissões de carbono associadas à entrega. Além disso, permite oferecer incentivos a clientes que coletam os itens comprados. As dark stores também podem atender locais com alto volume de pedidos mais facilmente, com as estratégias certas e o auxílio da tecnologia. Dark stores permitem processar pedidos com alta velocidade e levar o consumidor a ser leal à marca, maximizando lucros e minimizando abandono de carrinho. Um novo modelo de distribuição para lojas virtuais: as dark stores As lojas virtuais estão cada vez mais interessadas em oferecer experiências personalizadas e agressivas aos seus clientes, tornando-se fundamental permitir que eles tenham acesso aos produtos comprados quando, onde e como quiserem. Para isso, é essencial ter centros de distribuição próximos dos clientes, algo que não é possível com os modelos de infraestrutura tradicionais. Foi aí que surgiu as dark stores, também conhecidas como "lojas escuras". Ela já são comuns em países como o Reino Unido, a França e os EUA, onde redes como Walmart, Carrefour e Target investem no modelo. Essas unidades são exclusivas para armazenamento, separação e envio de produtos comercializados online. As dark stores têm tamanho reduzido e estão localizadas em centros urbanos, geralmente em áreas de maior densidade populacional. O objetivo é encurtar a distância entre o produto e o cliente para permitir entregas no mesmo dia ou no dia seguinte. O layout dessas unidades é semelhante ao das lojas tradicionais, com separadores que permitem acessar rapidamente os produtos e montar os pedidos para envio ou coleta. As dark stores são o último estágio da cadeia logística e funcionam apenas como ponto de armazenamento ou coleta. Com as dark stores, é possível transformar lojas físicas com pouco movimento localizadas em pontos estratégicos da cidade em dark stores. Ela pode continuar a ser aberta ao público e em uma área específica dedicada aos pedidos do e-commerce. Essa estratégia permite uma redução significativa de tempo de entrega para os clientes que preferem os serviços online. Regiões com alto volume de pedidos podem ser atendidas mais facilmente, com menor custo de logística, tornando-as mais atraentes para uma ampla gama de consumidores. A dark store é uma loja sem caixa ou exposição de produtos, onde os itens são armazenados e preparados para entrega rápida aos clientes. Ela funciona como um hub para processar pedidos online com velocidade alta, maximizando lucros e minimizando abandono de carrinho. Com a dark store, as empresas podem oferecer entregas rápidas e experiência de compra positiva aos clientes. Para montar uma dark store é fundamental conhecer o cliente e suas preferências. Isso ajuda a organizar o estoque e escolher os produtos certos para serem vendidos. Ferramentas de análise de dados podem fornecer informações relevantes sobre o comportamento do consumidor, permitindo definir os níveis de estoque dos itens e sua posição na dark store. Um software de gerenciamento de armazém é essencial para gerenciar o inventário e controlar a movimentação de mercadorias. Além disso, um sistema de gerenciamento de pedidos permite visualizar os estoques e centralizar as informações, facilitando a gestão eficiente do pedido da compra à entrega. A integração perfeita de todos esses sistemas é fundamental para garantir que a dark store funcione com eficiência e ofereça um serviço adequado aos consumidores. Além disso, é importante treinar os funcionários para atuar nesse modelo e ter ferramentas para coletar feedback do cliente e avaliar o desempenho da operação. A dark store não é apenas uma tendência nos EUA, mas também está se espalhando por outros setores, como varejo de produtos domésticos, lojas de roupas e joalherias. Com a tendência de comprar online e a importância de entregas rápidas, as dark stores certamente farão parte do futuro do varejo. for any purpose including commercial use the licensor cannot remove these freedoms provided you follow the license terms You must give proper credit include a link to the license and state if changes were made , this can be done in a reasonable manner but should not imply endorsement from the licensor or your intended use.