Metaverso: As empresas e a experiência do cliente

A concepção de metaverso não é tão nova assim, mas cresceu aos olhos do público recentemente. Foi em 2021 que este termo ganhou maior visibilidade, a partir do momento que Mark Zuckerberg, idealizador do Facebook, anunciou que iria investir na tecnologia.

O primeiro surgimento do termo metaverso é vinculado ao ano de 1992 e desde então vem inspirando diversos tipos de jogos virtuais. Entretanto, essa tecnologia não ficou só por aí, hoje pode ser utilizada, inclusive, no mundo dos negócios.

Uma plataforma que pode ser um meio de venda de itens e de publicidade de marca, o metaverso abrange jogos, experiências virtuais, tanto com vivências quanto com compra de produtos.

Essa tecnologia engloba outras inovações, como a realidade virtual e a realidade aumentada. O funcionamento do metaverso combina o ambiente virtual 3D com elementos do mundo real.

O que é o metaverso?

O **metaverso é um mundo virtual**, que proporciona **experiências imersivas** aos usuários. Essa tecnologia já é utilizada em muitos jogos virtuais, mas, a grande diferença está no fato de que o metaverso não tem restrição que nem os jogos, onde você tem objetivos a serem cumpridos e limitação de ações.

Muitos estudos definem o metaverso como uma relação com a vida real, uma **extensão virtual do mundo físico**. Nesse ambiente você terá seu próprio avatar, poderá personalizá-lo e comprar produtos virtuais, caminhar através dele, morar em uma casa, trabalhar, estudar, interagir socialmente, ou seja, **viver**.

É relevante ressaltar que para conseguir realizar essas atividades no mundo do metaverso, **criptomoedas** são necessárias, para comprar roupas e terrenos virtuais, por exemplo, ou qualquer outro item disponível no ambiente virtual.

Para que o mundo digital seja possível, a aplicação do metaverso utiliza tecnologias como a realidade virtual e a aumentada. É através dessas inovações que é possível **reproduzir as vivências da vida real em um ambiente virtual**, em tempo real.

A **realidade virtual** é a tecnologia que cria um ambiente totalmente online que vai simular o mundo real, nela os usuários podem interagir. Já a **realidade aumentada**, vai combinar os elementos do mundo real com o do virtual, na maioria das vezes, nesse caso, são inseridos objetos virtuais em locais reais.

Para ter essa experiência, também é preciso usar os equipamentos certos, como óculos de realidade virtual. Além disso, para que o metaverso funcione completamente, a Internet precisa seguir com as suas transições para a Web 3.0.

O **metaverso é um conceito**, ou seja, ele pode ser explorado por diferentes empresas, através de distintas realidades virtuais e ter até mesmo nomes singulares. É o exemplo do Horizon Worlds, o metaverso criado pela Meta (empresa dona do Facebook, Instagram e WhatsApp).

Esse metaverso é um bom exemplo do tipo de ambiente, com essa tecnologia, que tem a intenção de permitir a **venda de produtos virtuais ou experiências imersivas**. A utilização de cada metaverso, depende da sua criação.

Como encantar o público?

Sabemos que a tecnologia do metaverso está em constante evolução e desenvolvimento, ainda se aprimorando, principalmente, porque necessita de outros recursos tecnológicos para funcionar de acordo com a sua premissa.

Há algumas **maneiras de aplicar essa tecnologia ramo empresarial**, inserir as empresas no ambiente do metaverso, seja para processos internos ou para estratégias de crescimento de capital.

Pensando nisso, observamos que, por meio do metaverso, as empresas podem **vender e fazer negócios**, oferecendo objetos virtuais exclusivos ou apenas **realizar a publicidade** de seus produtos ou da sua marca em si. Um exemplo de venda de produtos virtuais, é a coleção de tênis digitais da Nike lançada no ano passado.

A possibilidade de criar **experiências mais criativas** para os consumidores pode gerar uma maior conexão entre o público e a empresa. Ao oferecer uma relação assim para o cliente, com certeza a **sua marca ficará na mente dele**.

Isto se dá, pois, ao mesmo tempo que você está **permitindo que o consumidor faça parte da sua história** de maneira imersiva, você também está deixando uma experiência única na história dele.

Sendo assim, o **metaverso** pode ser um ambiente virtual para **expor produtos** ou serviços e **ampliar o alcance do seu público-alvo**, caso os seus consumidores estejam, em sua maioria, inseridos na realidade desta tecnologia.

Pesquisas apontam que 83% dos consumidores veem a tecnologia como um dos principais meios de conexão entre as pessoas. Isto demonstra o quanto o público tem afinidade e está preparado para inovações como a do metaverso.

O metaverso proporciona possibilidades para melhorar a experiência do cliente, por exemplo, a execução de um atendimento remoto como se fosse um presencial, onde o atendente e o cliente conseguem interagir na realidade virtual. Isto facilita, até mesmo, execução de tutoriais ou acompanhamento de processos.

Esse tipo de tecnologia torna a **relação consumidor e marca mais humana**, mesmo que à distância, auxiliando no encantamento do cliente. Ao garantir uma boa experiência e encantar o público, a sua marca consegue ficar mais próxima da construção de um relacionamento com ele.

Ao levar em consideração as estratégias do metaverso para a gestão da sua organização, é necessário compreender o seu público-alvo, ou seja, se o seu cliente não está inserido nessa tecnologia, você não deve gastar as energias corporativas nesse ambiente. Bom, pelo menos não as energias para **ações externas**!

Para conquistar o consumidor ideal para o seu tipo de negócio, as ações desenvolvidas devem ter relevância para ele e sempre procurar criar conexão através das inovações e estratégias adequadas.

Além disso, o investimento no metaverso ainda é um custo elevado, estando mais disponível para as grandes marcas. Se a sua empresa tem planejamento para esse tipo de aplicação e correr riscos faz parte da essência do seu negócio, então o metaverso é para você.

Como aplicar o metaverso em processos internos?

O metaverso também possibilita a criação de **ambientes virtuais de trabalho**. Claro, nós já conhecemos essa tecnologia, onde conseguimos fazer reuniões e treinamentos como se a equipe toda de uma empresa estivesse junto no mesmo local, um exemplo disso é o Microsoft Teams.

Entretanto, o que queremos dizer é que o metaverso quer tornar essa **experiência mais imersiva** , permitindo que os colaboradores participem da reunião através de realidade virtual.

Neste momento, todos os usuários estariam presentes na reunião por meio de seus avatares e conseguiriam interagir entre si e com os objetos presentes no espaço digital criado. Esta é uma ideia que está em desenvolvimento, inclusive, pela Microsoft, onde **avatares 3D** seriam usados pelos participantes.

Um estudo da Lenovo, multinacional chinesa de tecnologia, demonstra que 44% dos colaboradores das empresas estariam dispostas a trabalhar no metaverso, apontando a produtividade como um de seus principais benefícios.

É interessante ressaltar, novamente, que para estar inserido no metaverso é preciso, além dos dispositivos adequados, possuir **moedas digitais**, as famosas **criptomoedas**, assim a sua empresa consegue adquirir serviços dento do ambiente virtual.

Muitos negócios já possuem carteira digital, mas ao cogitar entrar no metaverso, uma pesquisa deve ser feita de quais criptomoedas será necessário para o novo investimento.

Além disso, outra inovação muito presente no metaverso é o **NFT** (Non-fungible Token), que é um **certificado digital de exclusividade para bens digitais**. Assim, se a sua empresa for disponibilizar algum produto por meio desse ambiente virtual, pode ficar tranquila quanto a **originalidade** do item, o que também leva confiança ao cliente.

Quais metaversos existem?

Se você tem interesse no metaverso para a sua empresa, você pode **explorar o ambiente** que deseja antes de realizar o investimento. Normalmente, esse primeiro contato para conhecer o metaverso e socializar, é gratuito.

Caso você queira desbloquear recursos exclusivos, como o de personalização, torna-se necessário realizar o pagamento. O valor é de acordo com a moeda utilizada em casa plataforma virtual.

Existem alguns aplicativos que já são mais conhecidos pelo público, que conseguem proporcionar a experiência pensada pelo metaverso.

- **Horizon Worlds**: é um ambiente social virtual, onde você cria um avatar para explorar e socializar nesse mundo.
- **Second Life**: lançado em 2003, é um mundo virtual 3D que simula a vida real, onde os usuários podem ir ao cinema, por exemplo.
- **The Sandbox**: jogo onde você constrói uma vida digital por meio de avatares.
- **Decentraland**: é um ambiente virtual para negociação de terrenos digitais e ativos, além de ter jogos, desafios e exposições de arte virtuais.

Cada metaverso pode ter a sua **moeda digital** e a **criação de avatares**, até mesmo em 3D, para que o usuário consiga, de fato, estar imerso no ambiente virtual criado e explorá-lo.

Meta e Microsoft são duas empresas conhecidas que estão entrando para o mercado de metaverso. Assim como a Nike e a Renner, marcas que já realizaram atividades de publicidade ancoradas na tecnologia do metaverso.

Conclusão

Apesar de o conceito de metaverso ser algo antigo, essa tecnologia recém está, de fato, dando os seus primeiros passos para se consolidar como uma realidade e como o futuro da Internet.

Entretanto, isto só será possível à medida que as tecnologias que envolvem o funcionamento do metaverso estejam de fato desenvolvidas e, até mesmo, acessíveis. Pois, hoje, essa ainda é uma realidade de alto custo.

Assim como as mudanças trazidas pelas transformações digitais, com a evolução da Internet, do smartphone e das redes sociais, o metaverso também acarretará adaptações por parte das empresas, dos consumidores e da sociedade como um todo.

Por isso, é relevante que a sua marca esteja bem-informada e saiba adaptar-se a essa tecnologia. Pode ser daqui há alguns anos, mas a realidade virtual vai ser parte integrante da vida das pessoas e, de certa forma, uma plataforma de negociação.

Nesse sentido, as empresas devem compreender a utilizar o metaverso como um canal de experiência do cliente. Assim como preparar de maneira adequada os seus colaboradores, para que estejam capacitados a trabalhar na nova realidade.

Temos que ver o metaverso com os mesmos olhos que visualizamos as outras inovações tecnológicas pelas quais já passamos no decorrer dos anos. Afinal, ele é uma evolução digital e, consequentemente, da Internet, apenas demonstrando ter um funcionamento um pouco mais complexo.

Somos IUNGO, Somos VOCÊ!