**Confira 4 motivos para investir em NFTs no comércio**

*Especialista explica as vantagens de iniciar operações comerciais com tokens não-fungíveis na sua empresa*

Com a digitalização crescente no varejo e no mercado financeiro, novos produtos e soluções surgem a cada momento, alterando significativamente a jornada de compra dos consumidores. Uma dessas possibilidades mais recentes é a utilização de tokens não-fungíveis, chamados de NFTs, que têm se popularizado em todo o mundo e começam a chamar a atenção de empresários também no Brasil. Trata-se de um cripto ativo que se destaca pela exclusividade, pois é único no mercado e insubstituível, como se fosse uma espécie de certificado digital.

“O NFT é um ativo eletrônico que representa um bem, seja ele uma obra de arte, uma música, imóveis ou até ingressos de algum show, por exemplo. Como é uma ferramenta muito flexível, pode ser usada em vários contextos, inclusive no varejo”, explica Luis Fellipe Oliveira, gestor de inovação e growth da Sucesso em Vendas, empresa especializada no desenvolvimento de metodologia de vendas e equipes comerciais.

Para ele, este cripto ativo tem se mostrado uma interessante forma de desenvolver produtos personalizados e, assim, fidelizar os clientes. “O uso de NFTs no comércio vai muito além das vendas, em geral as ações envolvendo os tokens não-fungíveis ajudam a aproximar os clientes e agregam valor à marca, oferecendo experiências únicas ao consumidor. É uma tendência mundial que já começou a ser aplicada no comércio brasileiro. No final de julho, por exemplo, o Boticário e a Eudora lançaram uma coleção de NFTs em comemoração ao Dia do Batom, com preços e produtos diversificados, para atender a todos os públicos”, destaca.

Como a tecnologia ainda é pouco explorada pelo varejo no Brasil, Luis Fellipe de Oliveira ressalta que a adoção de tokens não-fungíveis demonstra o pioneirismo da empresa e que ela está conectada com as tendências mundiais do mercado, o que contribui para a projeção da marca. Confira abaixo quatro vantagens que o investimento em NFTs pode trazer:

**1 - Criação de comunidade**

Com os NFTs, as marcas podem criar comunidades de diferentes níveis, com diferentes vantagens, como por exemplo, o acesso à aquisição de itens exclusivos ou ter preferência na aquisição de produtos em grandes lançamentos. “Quando falamos de vendas, as empresas têm pensado mais no relacionamento de longo prazo com seus clientes do que uma simples transação. Por conta disso, as marcas têm focado em construir uma verdadeira legião de fãs, que defendem a marca com entusiasmo e aderem às novidades que são lançadas no mercado”, destaca Luis Fellipe de Oliveira.

**2 - Receita**

Logicamente, ao comercializar NFTs, sua empresa é beneficiada com o faturamento da venda desses itens. Mas, além disso, algo muito interessante nos NFTs é que, por meio de seus contratos inteligentes, a empresa pode sempre ser remunerada em um percentual das próximas revendas daqueles NFT.

**3 - Segurança**

William Quisgley, cofundador da rede Theter, disse que “todos os produtos de consumo – que não podem ser consumidos – nos próximos 10 anos terão gêmeos digitais. Eles terão NFTs”. Imagine que você compre uma peça de arte, uma camiseta de coleção, ou qualquer outro bem de consumo e você tenha um NFT desse mesmo artigo, que comprova a sua veracidade. Isso será um grande aliado na luta contra a pirataria e o mercado de falsificações, o que traz muita segurança para os compradores.

**4 - Experiência do consumidor**

Com os NFTs, é possível trabalhar a integração do mundo físico com o digital de uma maneira nunca vista. Isso engrandece muito a experiência dos clientes que, cada vez mais, estarão envolvidos com a marca em diversos canais, melhorando o relacionamento com a população mais jovem que é adepta dessas novas tecnologias e colocando o cliente no centro da experiência de relacionamento com a marca.

**Oportunidade para todos**

Luis Fellipe Oliveira destaca que apesar das campanhas de NFTs mais conhecidas serem de grandes corporações e multinacionais, é possível que qualquer empresa comercialize os criptoativos. “Para isso, é necessário um investimento mínimo em tecnologia para a criação dos tokens não-fungíveis e sua comercialização no mercado. O mais importante antes de iniciar a operação é estudar os benefícios que isso pode trazer e entender de que forma a sua marca poderá se posicionar no mercado de NFTs”.

O Brasil é o segundo maior consumidor de tokens não-fungíveis do mundo, atrás somente da Tailândia, com cerca de 5 milhões de proprietários de NFTs, segundo pesquisa da consultoria Statista. Em seguida estão Estados Unidos, China, Canadá e Alemanha. O estudo aponta ainda que as receitas mundiais com NFTs devem crescer 439% até 2026, em relação a 2021.

**Sobre a Sucesso em Vendas**

A Sucesso em Vendas atua com soluções inovadoras e sob medida para seus clientes, com 25 anos de experiência no Brasil e em Portugal e mais de 600 empresas atendidas. A consultoria é especialista em melhorar a experiência de compra dos clientes de seus parceiros, transformando realidades e melhorando resultados de vendas. [www.sucessoemvendas.com.br](http://www.sucessoemvendas.com.br/)