

Dorota Magda  
WNE

## Byle nie tele mango

Dopiero co skończyliśmy uganiać się za prezentami, kreacjami sylwestrowymi, fajerwerkami i szampanami, a już mamy kolejną okazję, aby oddać się szaleństwu zakupów – rozpoczął się okres noworocznych wyprzedaży. A gdzie najlepiej ruszyć na wyprzedaż? Oczywiście do hiper, super, mega marketów i galerii handlowych. Już chyba nikt z nas nie wyobraża sobie życia bez nich. Gdzie najlepiej iść z przyjaciółką na plotki, gdzie można spędzić jedyną i niezapomnianą randkę z wymarzonym chłopakiem (...), gdzie wystawy sklepów są zawsze kolorowe i pełne najnowszych trendów, wreszcie gdzie na każdym kroku czają się okazje, dzięki którym pomimo że wydajemy pieniądze, jesteśmy przekonani że je oszczędzamy. Przytaczając te przykłady można by dojść do wniosku, że centrum handlowe to miejsce niemal idealne, swoista arkadia, w której niemal wszystkie pragnienia mogą się urzeczywistnić. Ponieważ nigdy jednak nie jest tak dobrze, żeby nie mogło być lepiej, spróbuję podać kilka pomysłów, które wykorzystując NOWE TECHNOLOGIE, mogą sprawić, że będziemy odwiedzać te miejsca jeszcze chętniej.

Przeciwnicy sklepowych gigantów argumentują, że wprawdzie bywa w nich czasami trochę taniej, jest spory wybór, ale jednocześnie mnóstwo w nich ludzi, brak indywidualnego podejścia do klienta i jeszcze te kolejki. Założmy zatem, że w dobie rosnącej konkurencji, walki o klienta każda z sieci handlowych w przyszłości wyposaży swoich bywalców w urządzenie przypominające dzisiejszego palmtopa. Urządzenie to będzie komunikowało się z jednej strony z naszą kuchnią (tj. spiżarnią, lodówką, zamrażarką, etc.) i na podstawie w ten sposób uzyskanych danych da sygnał o potrzebie zrobienia zakupów. Z drugiej strony to samo urządzenie łączy się z siecią sklepów i wybiera ten obiekt, w którym możemy zakupić wszystkie potrzebne nam produkty. Po przekroczeniu sklepowych bramek, do akcji ruszałby GPS, na wyświetlaczu pojawiałaby się mapka opracowująca najkrótszą i najmniej zatłoczoną drogę między półkami w taki sposób, aby kupić wszystkie produkty. Dochodząc do wyjścia, na wyświetlaczu ukazywałaby się łączna kwota zakupów, którą w razie akceptacji zatwierdzalibyśmy, wprowadzając nasz PIN, a dalej to już wiadomo, nasz bank, nasze konto, nasze pieniądze, których jakby trochę mniej. Po przekroczeniu bramek, na wyświetlaczu moglibyśmy sprawdzić aktualne obłożenie kawiarni, lodziarni, Fast-foodów, restauracji, repertuar kina mieszczącego się dwa piętra wyżej. Bądź też, jeżeli nie będziemy jeszcze znużeni oraz debet na naszym koncie nie będzie jeszcze przekraczał niebezpiecznego poziomu, możemy udać się na podbój sklepów odzieżowych. Oczywiście zapomnijmy o bezsensownie schodzonych kilometrach i setkach wystaw sklepowych, które są zupełnie nieadekwatne do tego, co możemy znaleźć na półkach w środku. Wpisyalibyśmy tylko „co i jakiego koloru”, a nasze magiczne urządzenie, na podstawie naszych poprzednich zakupów posiadałoby w pełni zindywidualizowaną bazę naszych preferencji i prowadziło nas tam, skąd z pewnością wyszlibyśmy zadowoleni.

Na koniec parafrazując pewną reklamę można powiedzieć: „Wasz sklepik osiedlowy tego nie potrafi”. Szkoda tylko, że już wkrótce o sztuce targowania się, wypatrywaniu okazji, posiadaniu zaprzyjaźnionych sklepikarzy, którzy zawsze odłożą ulubiony serek i gazetę, dzieci będą uczyły się w podręcznikach na lekcjach historii.