EBOOK EXCLUSIVO

Como usar a inteligência artificial na sua estratégia de comunicação com o cliente.

Sumário

Introdução 1

O que é inteligência artificial? 2

Diferença entre inteligência artificial, machine learning e deep learning 3

Inteligência artificial vs. Chatbots: entenda a relação 6

Por que usar um chatbot com inteligência artificial? 8

Aplicações da inteligência artificial na comunicação com o cliente 10

O futuro da inteligência artificial 13

Conclusão 15

Sobre Take Blip 16

Introdução

A comunicação sempre foi - e provavelmente sempre será - um assunto fundamental nas organizações. As empresas estão sempre em busca do seu melhoramento, tanto no aspecto interno como na interação com os seus clientes.

De fato, transmitir mensagens de maneira eficiente depende de uma série de fatores e em muitos aspectos a **inteligência artificial** pode ser uma grande aliada.

Este é um **material completo**, que vai esclarecer conceitos importantes do **âmbito da tecnologia**, estabelecer algumas diferenças entre esses termos, que à primeira vista podem parecer complexos.

Também vamos discorrer sobre alguns canais de comunicação e a sua influência no cotidiano das pessoas e como a inteligência artificial pode ser utilizada para o melhoramento da comunicação entre marca e cliente.

Quer ir de entender o significado de inteligência artificial a conseguir resultados com tecnologia?

Então, continue esta leitura até o final!

O que é inteligência artificial?

A Inteligência Artificial (IA) **é um campo da Ciência da Computação, que tem como objetivo executar tarefas normalmente realizadas por seres humanos,** por meio de mecanismos e ferramentas tecnológicas.

Basicamente, são máquinas que fazem uma atividade específica, com um objetivo determinado e de forma inteligente, ou seja, de maneira similar a uma pessoa.

Um bom exemplo de IA são os assistentes virtuais como a Siri ou Alexia. São ferramentas que auxiliam no dia a dia das pessoas, realizando tarefas como: ligar para alguém, procurar uma informação na internet, vdefinir alarmes, in

formar a previsão do tempo etc. Inserido neste contexto de

inteligência artificial, estão contidos os **conceitos de ma chine learning e deep learning**. Essas são duas tecnologias que valem a pena serem mencionadas e bem entendidas.

Portanto, vamos entender o que cada uma delas significa e quais são suas principais diferenças.

Qual a diferença entre inteligência artificial, machine learning e deep learning

A IA é um amplo campo de estudos, que possui várias ramificações e uma delas é o machine learning. Com isso, já sabemos a diferença entre esses dois conceitos. Mas, a seguir, você entenderá com mais clareza como funciona essa tecnologia.

Machine learning é um termo da língua inglesa que significa aprendizado de máquina ou aprendizagem de máquina. Essa é uma concepção que se assemelha muito à forma de aprendizagem da própria mente humana.

Machine Learning

A mente humana é uma grande fonte de aprendizado. Segundo o professor Leandro Piccini "o cérebro é capaz de processar as informações recebidas, analisá-las com base em uma vida inteira de experiência, e apresentá-las para nós em meio segundo".

Essa interpretação se relaciona muito bem aos estudo do escritor Tony Buzan, que apresenta o cérebro em 4 macrofunções:

Recepção: O cérebro recebe informação pelos sentidos humanos: visão, tato, olfato, paladar e audição;

Armazenamento: Depois de receber um estímulo, advindo de alguma dessas sensações, a mente humana absorve e armazena a informação, conseguindo acessá-la em larga escala;

Análise: De acordo com o que foi armazenado, o cérebro reconhece padrões e organiza as informações de maneira que façam sentido; e

Saída: Depois disso as informações são “liberadas” de diferentes formas, como: falar, movimentar-se etc.

Dessa maneira é estabelecido um padrão de aprendizagem, que passa por essas quatro etapas citadas acima e que se assemelha ao modo de aprendizagem das máquinas.

Pensando em machine learning, o processo acontece da seguinte forma:

1. O sistema **recebe** algum tipo de informação, um dado específico por meio de imagem, números, códigos ou qualquer outro elemento identificável;

2. **Capta** esse material o qual foi disponibilizado para a máquina;

3. Esses elementos são **analisados**, comparados ou organizados de alguma maneira; e

4. Finalmente, depois de processados, a máquina cria as próprias regras e respostas, de acordo com o seu aprendizado.

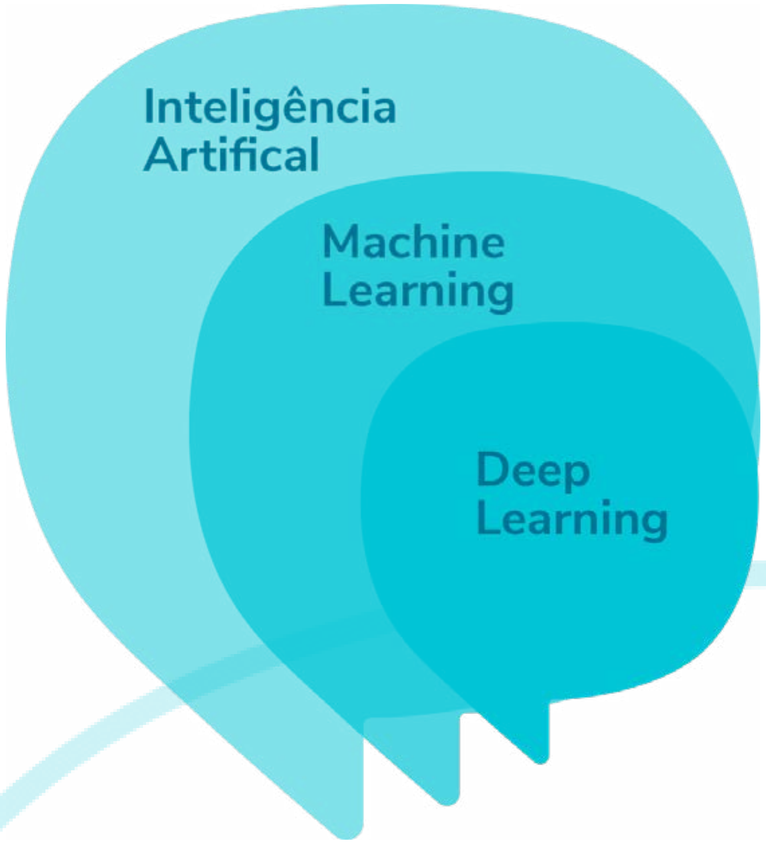
Portanto, percebemos que dentro do universo da IA está o machine learning, o qual vai evoluindo na medida em que aprende e criando suas próprias diretrizes.

Deep Learning

De forma parecida com o termo citado acima, a deep learning — expressão da língua inglesa — significa **aprendizado profundo.** A Deep Learning está contida no conceito de machine learning, porém o torna mais complexo, com um grau mais acentuado no que diz respeito a quantidade de resposta e aplicações.

Isso acontece porque essa tecnologia funciona com níveis de aprendizados. Por exemplo: o que a máquina aprende em primeira instância é passado para uma segunda camada de aprendizado e assim sucessivamente. Isso gera ações e resultados mais refinados.

Portanto uma análise geral desses três termos seria:



Inteligência artificial vs. Chatbots: entenda a relação

Até agora, você pode pensar que inteligência artificial é algo extremamente complexo que trazemos a sistemas e desenvolvimento de software, mas sua implementação pode facilitar processos básicos de interações entre pessoas, com uma boa camada de automação.

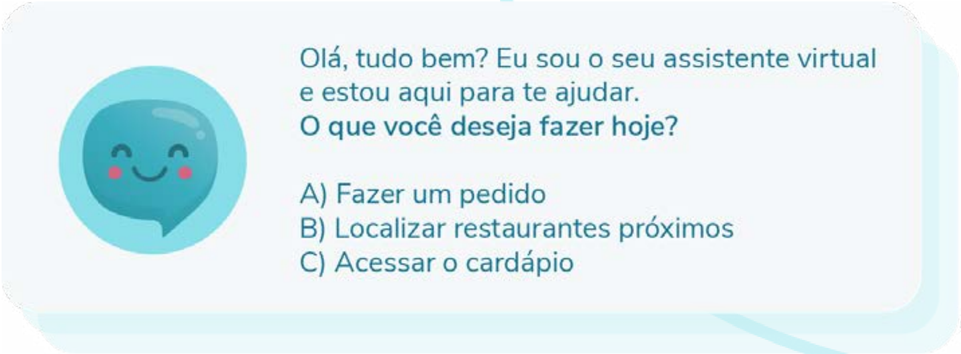
Um dos exemplos mais acessíveis de IA aplicada em processos recorrentes nas empresas são em chatbots.

Um chatbot, como o nome já sugere, é **um robô (bot) que mantém conversas automatizadas com pessoas, por meio de um chat**, independentemente do canal. Ou seja, ele pode funcionar integrado a um site, um app de mensageria (como o whatsapp), um software etc.

Levando em consideração o modo com o qual um chatbot é criado, podemos citar dois tipos de bots.

Os chatbots que operam baseados em regras, ou por meio de um conjunto de diretrizes, o fazem de maneira limitada. Ou seja, eles só respondem ao usuário aquilo que ele foi previamente programado na sua árvore de navegação.

Por exemplo: um chatbot baseado em regras que funciona em um restaurante, poderia ser programado para responder de forma direta e objetiva. Para isso, a sua mensagem inicial poderia ser:



Desta maneira, a medida em que o usuário responde às questões, o bot vai executando as ações para as quais ele foi programado.

Em contrapartida, um chatbot que funciona por meio de inteligência artificial possui uma rede neural artificial, que tem o objetivo de aprender sobre a pessoa com a qual ele interage.

Com isso, enquanto a conversa acontece, o chatbot vai capturando e organizando informações sobre o usuário, sua linguagem, seu comportamento e assim, busca responder às dúvidas e solicitações que forem feitas naquele diálogo da melhor forma possível.

Quando falamos em inteligência artificial é possível usar os inputs do usuário para melhorar a própria conversa e indicar melhorias. Portanto, quanto mais esse chatbot interage, mais dados ele terá e, consequentemente, suas respostas serão cada vez mais precisas.

Qual Por que usar um chatbot com inteligência artificial?

Cada tipo de chatbot tem a sua finalidade. Portanto, não faz sentido afirmar que um seja melhor do que o outro. Apenas, que ambos têm suas melhores aplicabilidades em diferentes situações.

Segundo o Mapa do Ecossistema Brasileiro de Bots – 2020, **o número de robôs conversacionais aumentou 68% no Brasil**, no período de um ano. Esse dado sugere que as empresas já vêm percebendo a necessidade e, especialmente, o impacto positivo dessa utilização nos negócios.

Vamos falar de algumas vantagens que um chatbot com IA pode trazer neste contexto.

Diversidade de aplicações

Existem várias atividades onde esse recurso pode ser utilizado:

- Envio de materiais;
- Esclarecimento de dúvidas de clientes;
- Orientações de compras;
- Controle de processos;
- Realização de vendas;
- Sugestão de compras semelhantes.

Essas são apenas algumas de suas funções, mas quando se trata de comunicação com clientes, essa é a melhor solução para otimização de tempo, resolução de demandas e muito mais.

Alto nível de personalização

Um grande atributo dos chatbots é o fato de serem personalizáveis — um fator importante para a comunicação entre marca e cliente. No caso dos chatbots com IA, essa característica pode ser ainda melhor aproveitada.

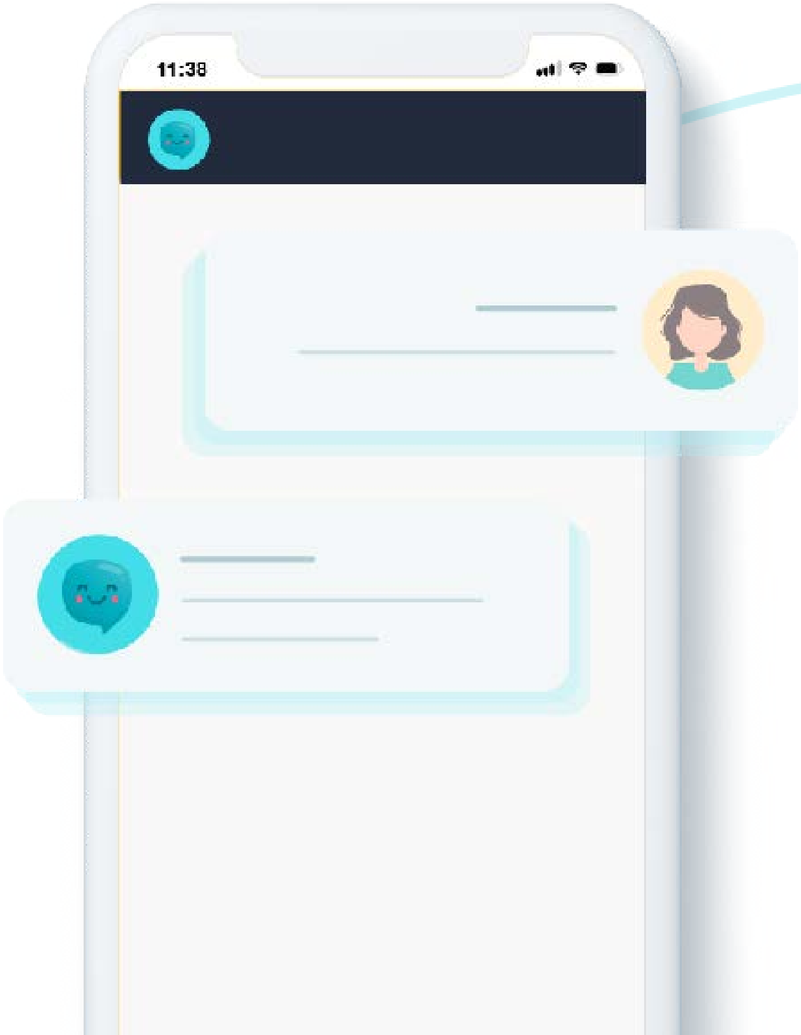
Porque, se quanto mais o bot conversa, mais ele aprende a respeito da pessoa com a qual ele está interagindo, significa que, depois de determinado tempo de troca de mensagens, ele terá um banco extenso de dados relacionados ao comportamento e preferências.

A partir daí, muitas possibilidades podem surgir, como: oferta de promoções, sugestões de conteúdos relevantes, oportunidades de upsell e diversas outras estratégias.

Familiaridade do usuário

Um ponto forte para esse tipo de interação é a familiaridade do usuário com o formato da conversa. Uma pesquisa do Grupo Sercom mostra que **“os canais Chat (51%) e WhatsApp (49%) ganham no gosto dos consu-**

midores quando precisam contatar o SAC das empresas”. Ou seja, os consumidores preferem interagir com as marcas via chat.



Outro dado importante, divulgado em diversas pesquisas e sensos, é que cerca de **99% dos brasileiros têm o WhatsApp instalado em seu smartphone.** Ou seja, é certo de que esse tipo de interação é algo que faz parte do cotidiano das pessoas.

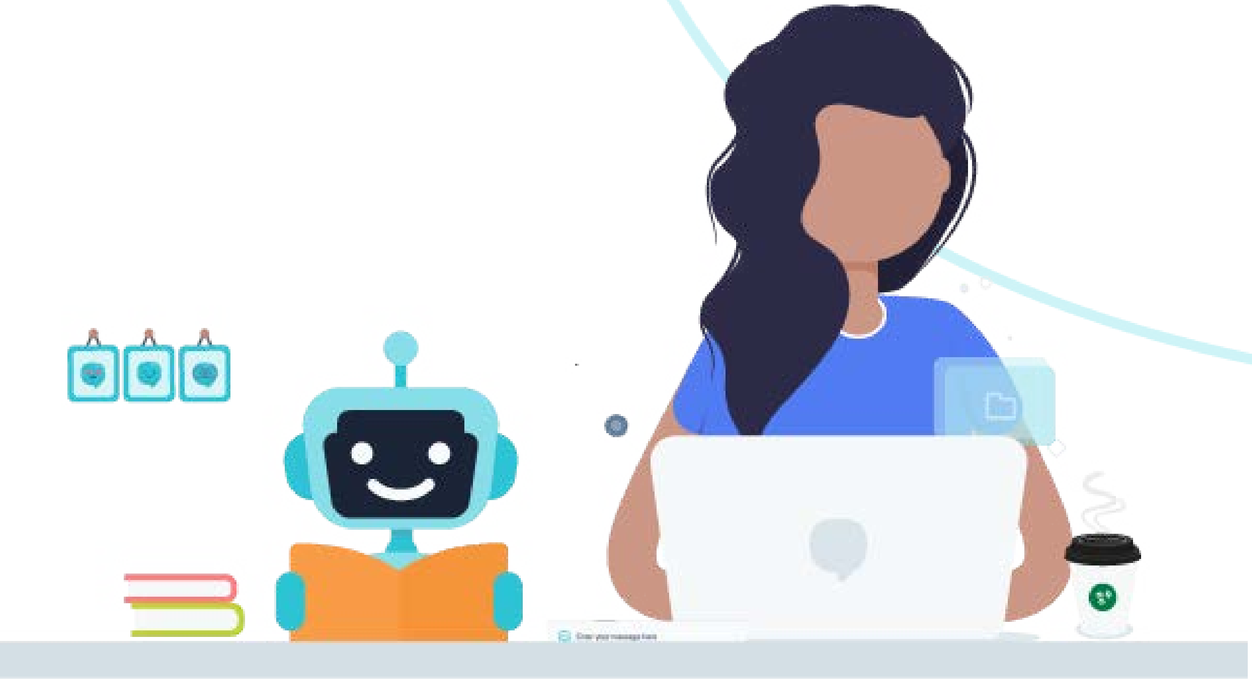
Diante disso, é possível perceber que o uso de chatbot com inteligência artificial eleva o nível do seu atendimento, cria oportunidades de vendas, contribui para o relacionamento com o seu cliente e torna a comunicação mais ágil.

Aplicações da inteligência artificial na comunicação com o cliente.

De acordo com os dados citados na seção acima, perce-

bemos que as pessoas têm interesse em conversar com as marcas via chat. E as empresas, por sua vez, têm a oportunidade de criar robôs inteligentes, automatizados que trabalham a favor de uma boa comunicação.

Mas agora, vamos partir para diferentes situações práticas, onde esse recurso pode ser aplicado para contribuir com uma comunicação eficiente.



Campanhas de marketing

O chatbot por ser muito útil no marketing, por exemplo, na captação de leads. Toda campanha de marketing passa por essa fase de atrair um potencial cliente e solicitar informações sobre aquela pessoa.

Quando se tem um bot para participar desse processo, essa captação de informações acontece de maneira mais natural, justamente porque ela é feita por meio de uma conversa e não por um formulário, que é comumente utilizado.

Além disso, a qualificação feita durante uma conversa tende a ser mais proveitosa, fazendo com que o seu lead seja melhor qualificado e, consequentemente, melhor segmentado para uma possível continuidade de contato.

Outro benefício em uma ação de marketing feita pelo chat, é a resposta instantânea. Segundo artigo divulgado pela

Fenicio, **24% das empresas esperam mais de 24 horas** para fazer um contato com um lead que demonstrou interesse em uma compra.

Porém, segundo dados divulgados pela Resultados Digitais, “contactar um Lead em até 5 minutos após o pedido de contato **aumenta suas chances de sucesso em até 100 vezes**, comparando com um contato feito após 30 minutos do cadastro’’.

Ou seja, com um chatbot, as chances de concluir uma venda são grandes, quando o seu lead demonstra interesse em sua solução, porque a resposta leva segundos.

Realização de vendas

E por falar em vendas, essa é outra frente onde os chatbots têm sido muito utilizados e apresentado bons resultados. Conversas via chat viraram uma rotina entre as pessoas e, nos últimos anos, o número de mensagens enviadas cresceu muito.

Estima-se que, no mundo, “**mais de 100 bilhões de mensagens** são enviadas diariamente via WhatsApp”, por exemplo, segundo as palavras do próprio Mark Zuckerberg, dados publicados pelo TechTudo.

Portanto, se o seu negócio disponibiliza essa opção de comunicação para realizar vendas, **o seu cliente não precisa sair do app que ele já usa** para concluir a sua compra. Isso facilita a compra, melhorando também a experiência do seu cliente.

Fidelização de clientes

Um bot com IA também pode ser um grande aliado quando o assunto é **fidelização de clientes**. Uma conversa é um meio pessoal de comunicação, geralmente, você manda uma mensagem para alguém que você conhece.

E uma das estratégias de conservar os seus clientes, mantendo-os em constante interação com a sua marca, é justamente cultivar uma relação, mostrando que sua marca está presente e que ela o conhece.

Portanto, os chatbots têm potencial para se inserir em todo o processo de compra do seu cliente, tornando a comunicação otimizada, personalizada e eficiente.

O futuro da inteligência artificial

A tecnologia existe, de modo geral, para nos auxiliar em tarefas rotineiras. Sempre que se fala de inovação tecnológica, o objetivo é melhorar a nossa vida.

E a aplicação de inteligência artificial já é uma realidade e tende a ser cada vez mais presente no nosso

cotidiano. Algumas áreas onde esse recurso pode ser aplicado são:

Saúde

Um setor onde a atuação de inteligência artificial é muito importante é na saúde. Hoje, já existem, por exemplo, relógios inteligentes que fazem o monitoramento de frequência cardíaca, pressão arterial, identificam quedas e acionam pessoas, caso necessário, ajudam no controle da alimentação, etc.

E não apenas relógios, mas outros dispositivos também podem ser assistentes virtuais, com o objetivo de melhorar a saúde das pessoas e até mesmo, contribuir para prevenção de agravamento de doenças.

Segurança de dados

Outro âmbito fundamental, que necessita de cuidado, é a proteção de dados. Estamos caminhando para um mundo cada vez mais conectado e digital. Ao mesmo tempo que a tecnologia avança, os dados pessoais ficam cada vez mais vulneráveis.

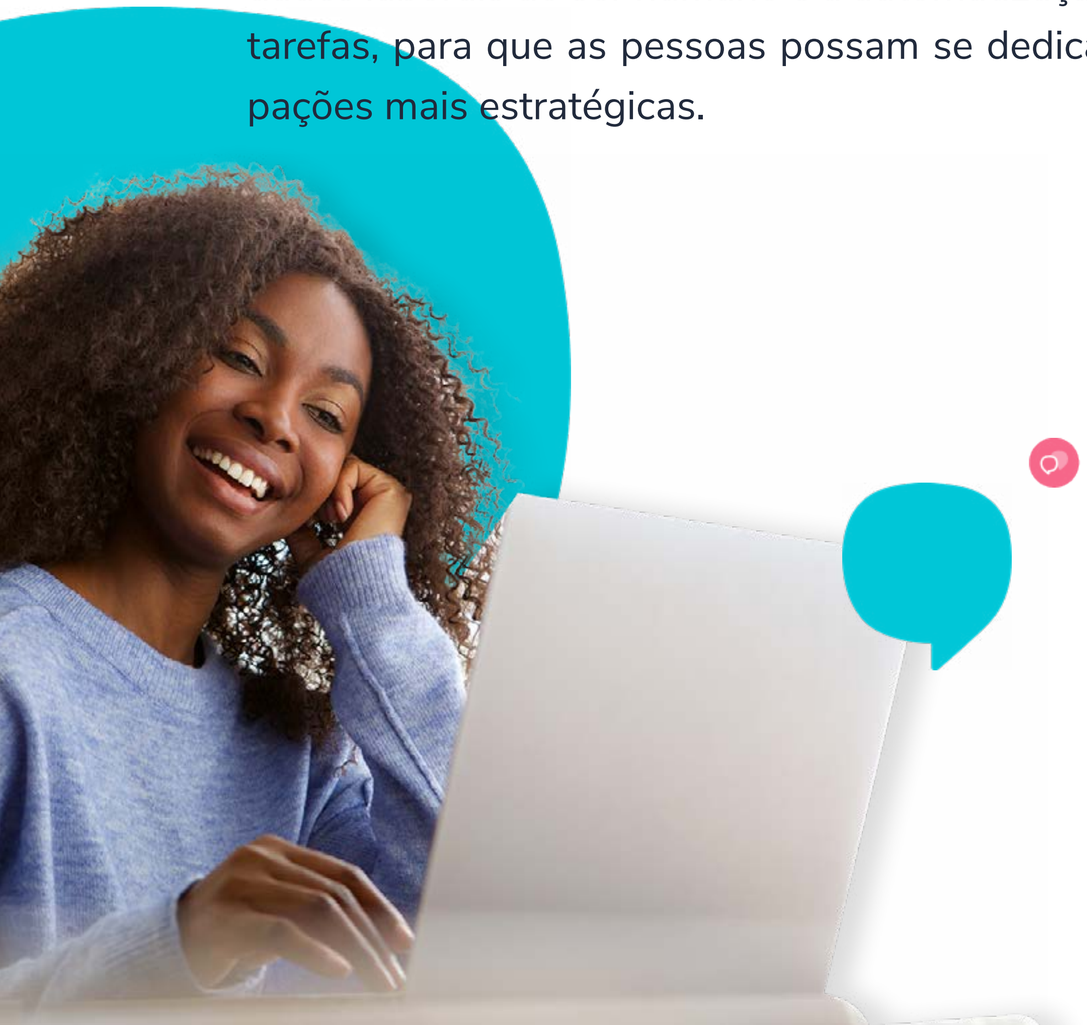
A IA também pode contribuir na construção de antivírus inteligentes e outras ferramentas de segurança para tornar o ambiente digital mais seguro.

Trabalho

Uma preocupação que muitas pessoas têm é que os robôs roubem os seus empregos. Mas hoje, já se fala em trabalho do futuro e isso não implica na exclusão do ser humano.

Pelo contrário, os atributos humanos como: criatividade, empatia, sensibilidade, senso crítico, não podem ser substituídos por uma máquina. Mas tarefas repetitivas e pouco produtivas, sim.

Por isso, a ideia de implementar inteligência artificial no trabalho está sempre ligada ao melhoramento das atividades laborais do ser humano e a automatização dessas tarefas, para que as pessoas possam se dedicar a ocupações mais estratégicas.



Conclusão

Depois de toda essa reflexão, podemos afirmar que a inteligência artificial é uma grande auxiliar para a vida, de modo geral e especialmente na comunicação com os clientes.

Empresas que têm visão de futuro, já pensam nessa realidade hoje e buscam se aprimorar neste aspecto constantemente. Porque, embora falemos de futuro, muitas aplicações de IA já estão sendo testadas e utilizadas no nosso dia a dia.

E quando se trata da importância da comunicação, somado à velocidade com que as coisas mudam, vale a pena buscar se adaptar e evoluir na medida em que as pessoas mudam e evoluem.

Sobre Take Blip

Take Blip é uma empresa de tecnologia que acredita nas conversas como um meio para a transformação de negócios. Por isso, em 2016 foi lançada a plataforma de chatbot, que permitiu, com o auxílio de contatos inteligentes, que esse diálogo acontecesse e melhorasse a comunicação e interação de milhares de empresas, interna e externamente.

A Plataforma Blip contém algumas ferramentas específicas — a exemplo do bot analytics e da inteligência artificial — capazes de facilitar a criação, a publicação, a integração e a gestão de chatbots.

Essa ferramenta integra diversos canais de mensagens, como WhatsApp, Telegram, Messenger, apps, sites, entre outros. Com ela, é possível não apenas desenvolver um chatbot voltado para o atendimento, mas fazer com que o programa passe por constantes melhorias e se desenvolva gradativamente.

Fala com um especialista