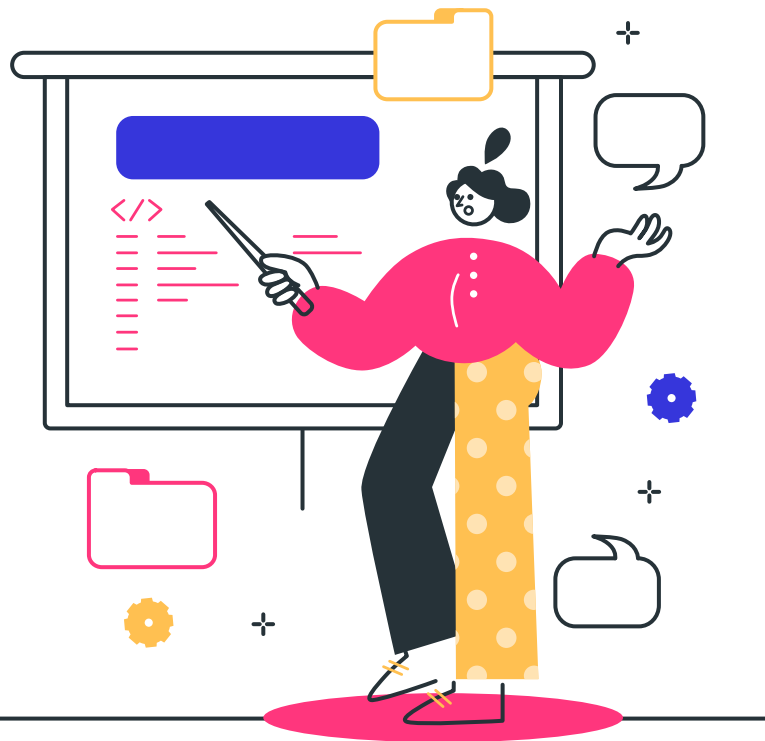


O futuro agora: Como a Inteligência Artificial pode redefinir o seu sucesso

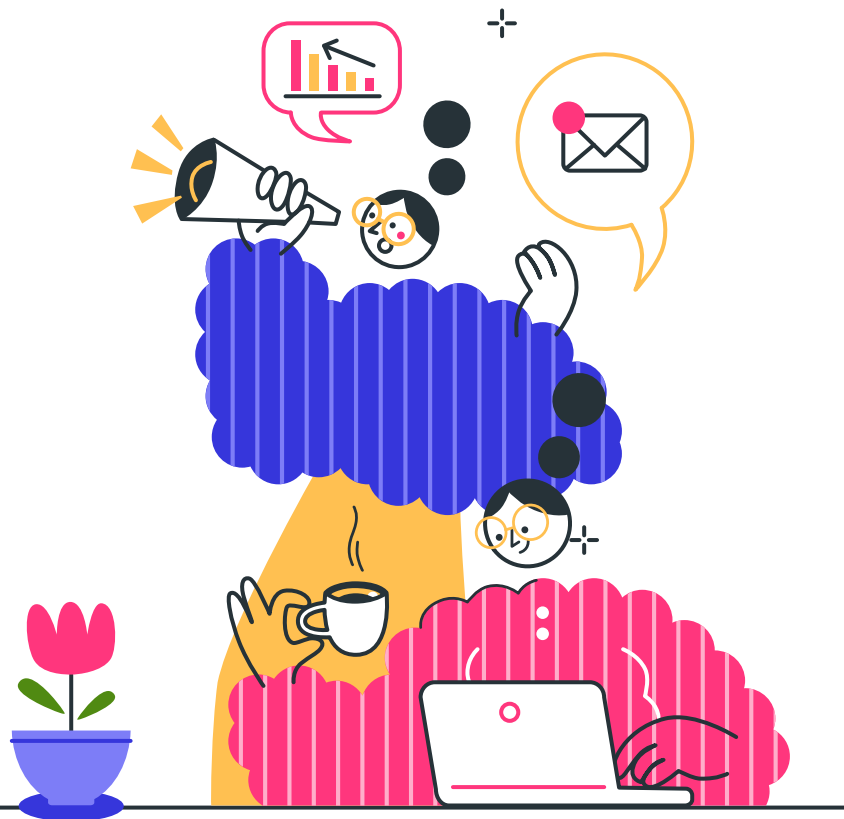
25 de setembro de 2024





01

Conceitos essenciais



Inteligência Artificial

Inteligência Artificial (IA) refere-se à capacidade das máquinas, especialmente computadores, de realizar tarefas que normalmente requerem inteligência humana. Isso inclui habilidades como **aprendizado, raciocínio, percepção, reconhecimento de padrões, resolução de problemas e tomada de decisões**. IA é um campo da ciência da computação que se concentra na criação de sistemas capazes de **aprender e se adaptar** de forma autônoma.



Termos relevantes

I. Aprendizado de Máquina (Machine Learning)

Definição: Subcampo da IA que envolve a criação de algoritmos e modelos que permitem que as máquinas aprendam a partir de dados. Em vez de serem explicitamente programadas para realizar uma tarefa, as máquinas usam dados para identificar **padrões** e tomar decisões.

Técnicas Comuns:

- **Supervisionado:** O modelo é treinado com dados rotulados.
- **Não Supervisionado:** O modelo identifica padrões em dados não rotulados.
- **Reforço:** O modelo aprende por meio de tentativas e erros, recebendo recompensas ou penalidades com base nas suas ações.



Termos relevantes

2. Redes Neurais Artificiais

Definição: Modelos computacionais inspirados na estrutura do cérebro humano, compostos por camadas de unidades de processamento (neurônios artificiais). São amplamente utilizados em tarefas de **reconhecimento de imagem**, processamento de linguagem natural, entre outras.

Arquiteturas Comuns:

- **Perceptron Multicamadas (MLP):** Redes com múltiplas camadas de neurônios.
- **Redes Neurais Convolucionais (CNN):** Especializadas em processamento de dados com uma estrutura de grade, como imagens.
- **Redes Neurais Recorrentes (RNN):** Adequadas para dados sequenciais, como séries temporais e linguagem natural.



Termos relevantes

3. Processamento de Linguagem Natural (NLP)

Definição: Subcampo da IA que se concentra na interação entre computadores e seres humanos por meio da linguagem natural. O objetivo é permitir que as máquinas compreendam, interpretem e respondam à linguagem humana de maneira útil e significativa.

Aplicações:

- **Chatbots:** Assistentes virtuais que interagem com usuários via texto ou voz.
- **Análise de sentimento:** Identificação de emoções em textos.
- **Tradução automática:** Tradução de texto de um idioma para outro.



Termos relevantes

4. Engenharia de Prompt

Definição: A prática de formular e refinar instruções fornecidas a modelos de linguagem natural (como GPT-4) para obter respostas ou comportamentos desejados. A engenharia de prompt é essencial para maximizar a eficácia das interações com modelos de IA.

Técnicas Comuns:

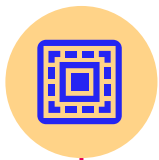
- **Prompting direto:** Criação de perguntas ou comandos claros e específicos para orientar a resposta da IA.
- **Chain-of-Thought Prompting:** Estruturação do prompt para guiar a IA através de um processo lógico passo a passo.
- **Contextual prompting:** Incluir contexto adicional relevante no prompt para melhorar a precisão e relevância da resposta.



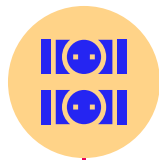
Algumas estatísticas



A Servion Global Solutions **prevê que a IA fornecerá 95% de todas as interações com os clientes até 2025**, incluindo conversas ao vivo e por telefone.



50% das atividades de planeamento e execução estratégica poderiam ser automatizadas, segundo estratégias. Atualmente, apenas **15% dessas atividades são automatizadas.** (Gartner, 2023)



46% das empresas americanas economizaram entre **US\$ 25.000 e US\$ 70.000** usando ChatGPT (Statista, 2023).



Espera-se que a automação no setor educacional **triplique**, em **5 anos**, com o uso de AI (Statista, 2023).



A AI poderá aumentar o crescimento da produtividade do trabalho em **1,5 pontos percentuais** na próxima década (Statista, 2023).





02

Mitos



Mitos sobre AI

I. Entra dados, sai inteligência

Muitas organizações assumem que ferramentas como a análise de dados são capazes de fornecer imediatamente as respostas exatas que estão à procura. As ferramentas de AI cognitiva são capazes de produzir respostas a partir dos dados, mas apenas se o sistema recebe a **quantidade correta de contexto**.

Por exemplo, a maior parte das AIs não é capaz de fornecer manutenção preditiva nos sistemas, se não recebe nenhuma forma de informação de base para trabalhar. Se uma organização quiser usar a AI para descobrir qual equipamento falhará a seguir, ela precisará de informações como componentes do equipamento, usos anteriores e outras informações relevantes.



Mitos sobre AI

2. AI é apenas para grandes empresas com muitos recursos

Hoje, muitas ferramentas de AI são acessíveis e escaláveis para empresas de todos os tamanhos. Plataformas como **Google Cloud AI**, **Microsoft Azure AI** e ferramentas específicas de marketing digital, como **chatbots** e **análise de dados**, estão disponíveis a preços acessíveis para pequenas e médias empresas.

3. Implementar AI é complexo e requer extenso conhecimento técnico

Embora desenvolver sistemas de AI complexos exija conhecimento técnico, muitas soluções prontas para uso simplificam a implementação. Ferramentas com interfaces amigáveis e documentação detalhada permitem que pessoas com conhecimento básico em tecnologia integrem AI em seus processos de negócios.



Mitos sobre AI

4. AI pode funcionar de forma totalmente independente

AI ainda precisa de supervisão humana, especialmente em tarefas críticas. A intervenção humana é essencial para garantir que a AI esteja a funcionar corretamente e para corrigir quaisquer erros que venham a surgir.

5. AI vai resolver todos os problemas do negócio

A AI é uma ferramenta poderosa, mas não é uma solução mágica. Ela deve ser integrada estrategicamente e em conjunto com outras tecnologias e processos de negócios para alcançar resultados significativos.

6. AI é apenas sobre automação e eficácia operacional

AI também pode impulsionar a inovação e criar novos modelos de negócios. Empresas estão a usar a AI para **personalizar as experiências dos cliente**, **prever tendências de mercado** e **desenvolver produtos e serviços inovadores**.

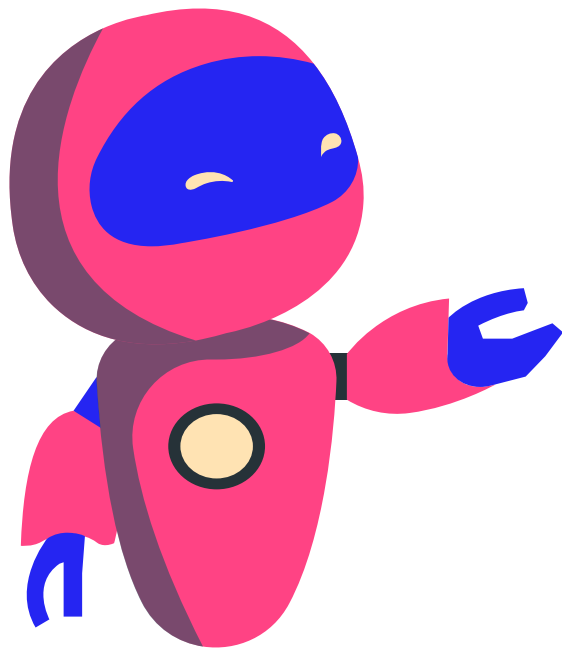
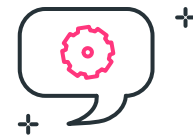




03

O que é possível fazer com a AI?





Quiz time

Fora do seu contexto de trabalho,
quais ferramentas de IA utiliza, diariamente?



Al nas nossas vidas





Spotify[®]



Revolut

Revolut



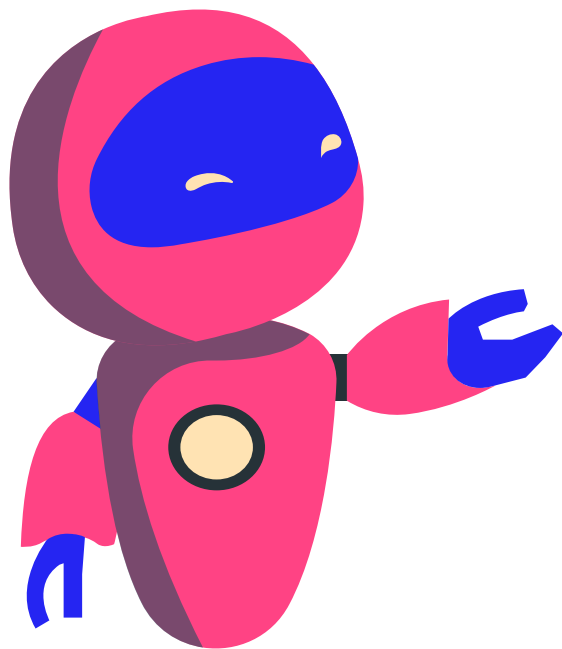
VISA

VISA

NETFLIX

amazon



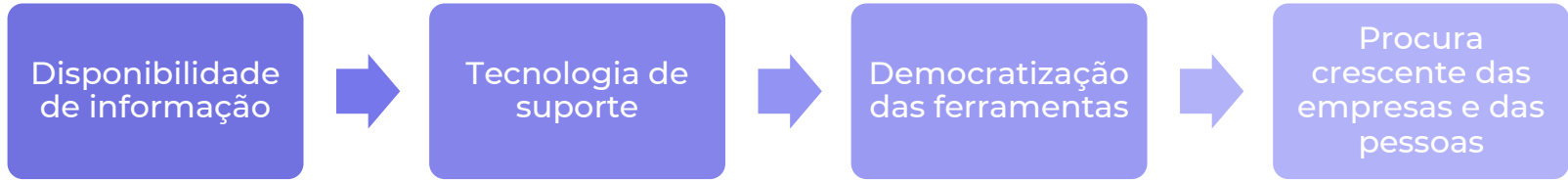


Quiz time

E no contexto do trabalho, quais ferramentas de AI utiliza?



Porque a AI ficou tão popular?



Comportamento das empresas em relação a AI

01

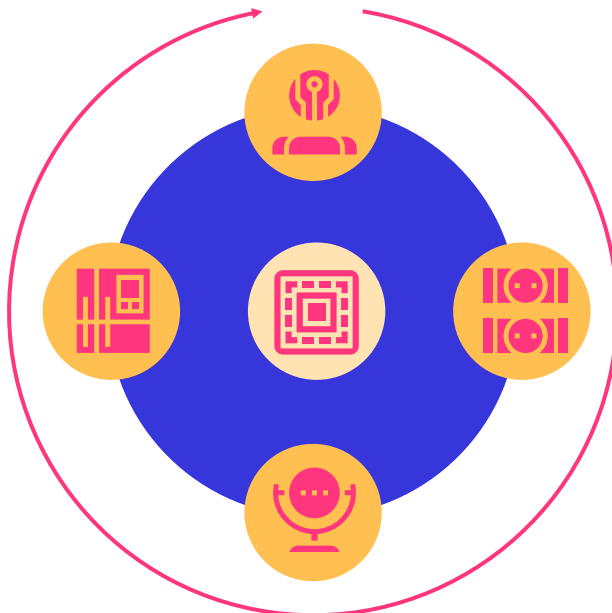
É uma onda passageira, não há necessidade de preocupação.

Negação

02

O meu negócio não precisa disto.

Desconfiança



Aversão

03

Sei que é importante, mas não sei por onde começar.

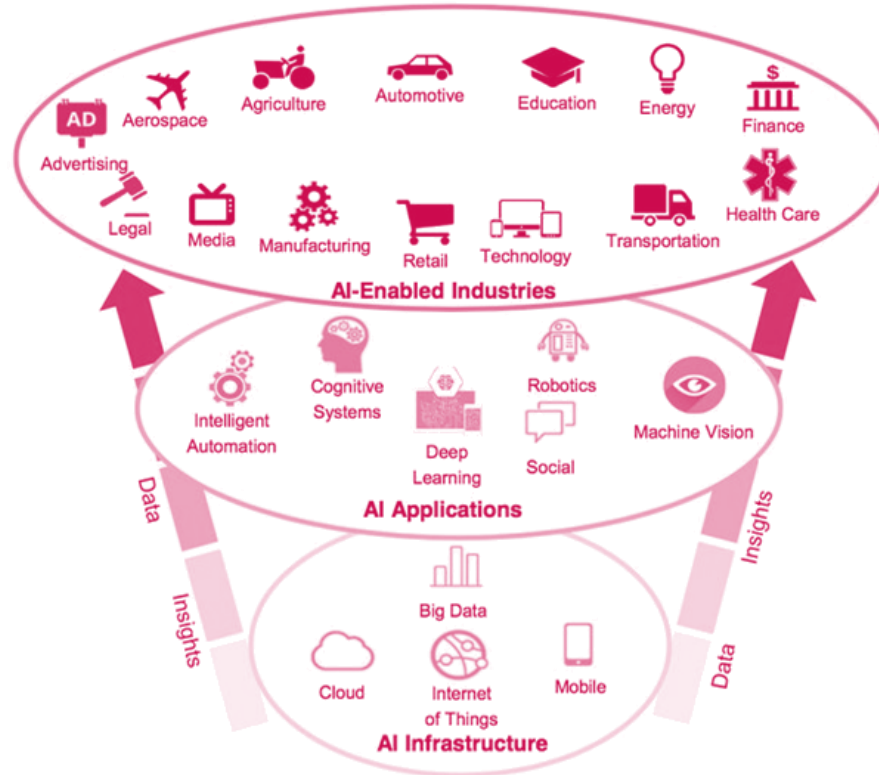
Adoção

04

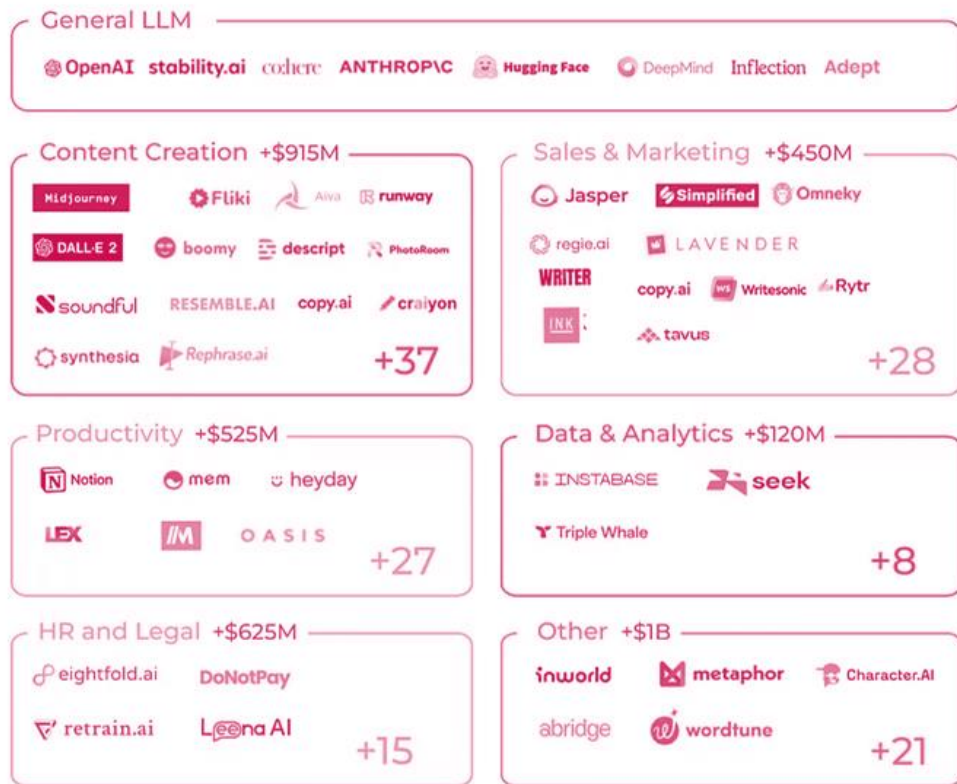
Quero começar agora mesmo e vou buscar ajuda.



O framework da AI para as empresas



O framework da AI para utilizadores





04

AI nas empresas - cases



Cases de empresas portuguesas

Laboratórios Germano de Sousa pioneiros na utilização do IBM Watson na Saúde em Portugal

Tecnologia suportada por inteligência artificial que fornece informação terapêutica, validada por especialistas, atualizada, abrangente e baseada na evidência e em ensaios clínicos, disponibilizada agora em Portugal pelo **Grupo Laboratorial Germano de Sousa**.



Cases de empresas portuguesas

IBM Watson for Genomics

O IBM Watson é uma plataforma avançada de computação cognitiva, desenvolvida pela IBM, que simula o processo de aprendizagem humana utilizando inteligência artificial. Capaz de processamento avançado, recuperação de informações, representação de conhecimento e raciocínio automatizado, o Watson oferece diversos serviços, como reconhecimento e análise de vídeos e imagens, interação por voz, leitura de grandes volumes de textos e criação de assistentes virtuais. Na área da saúde, tem se mostrado eficaz na detecção precoce de doenças, incluindo as raras, permitindo uma melhor gestão de hospitais e acompanhamento de doentes. Em Portugal, o Centro de Medicina Laboratorial Germano de Sousa implementou essa tecnologia para fornecer informações terapêuticas atualizadas, baseadas em evidências e ensaios clínicos, reforçando seu compromisso com o desenvolvimento científico e tecnológico no diagnóstico laboratorial.



Cases de empresas portuguesas

Millennium BCP

Sendo o maior banco privado em Portugal, o Millennium BCP tem uma equipa comercial com mais de 5.000 empregados. Para poderem atuar da melhor forma possível, é essencial capacitá-los continuamente com os conhecimentos de que necessitam e esclarecer rapidamente todas as suas dúvidas. E esse é o papel do departamento ComSupport.



Cases de empresas portuguesas

Generali

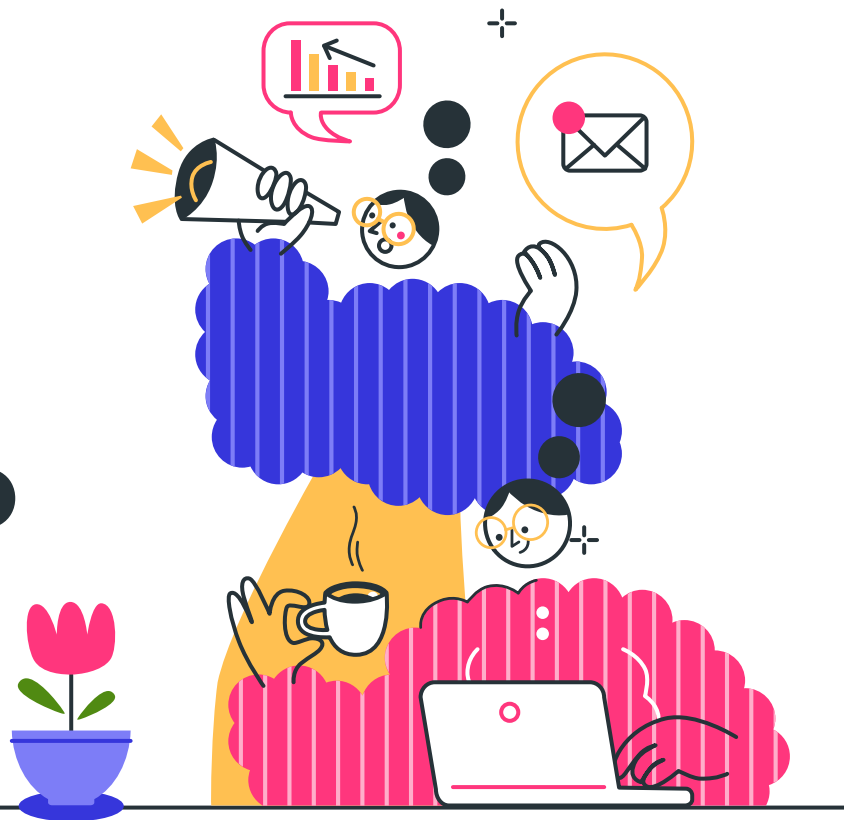
A Generali coloca os clientes no centro de seus negócios e investe continuamente em inovação, automatização e otimização de processos para fornecer serviços excelentes de maneira ágil e simples. Com o objetivo de melhorar a eficiência do Contact Center e permitir que a equipe de apoio ao cliente se concentre em questões mais complexas, a Generali implementou um assistente virtual com inteligência artificial. A Visor.ai foi escolhida por ser uma plataforma fácil de usar e gerida diretamente pelo Contact Center, permitindo respostas automáticas e eficazes a consultas comuns.





05

Roadmap para implementação de AI



Roadmap para implementação de AI

1. Definição de objetivos e estratégia

- **Identificar as necessidades:** Avaliar áreas onde a AI pode agregar valor, como aumento de eficiência, melhoria na experiência do cliente ou inovação de produtos.
- **Estabelecer os objetivos:** Definir objetivos claros e mensuráveis para a implementação da AI, alinhados com a estratégia geral da empresa.
- **Análise de viabilidade:** Avaliar os recursos disponíveis, como dados, infraestrutura tecnológica, e competências da equipa.



Roadmap para implementação de AI

2. Preparação e planeamento

Formação da equipa: Definir uma equipe multidisciplinar, incluindo especialistas em AI, cientistas de dados, engenheiros de software, e especialistas no negócio.

Capacitação: Investir em treinamento e capacitação da equipa sobre AI e as suas aplicações.

Seleção de ferramentas e tecnologias: Escolher as plataformas e ferramentas de AI que melhor se adequam às necessidades da empresa.



Roadmap para implementação de AI

3. Recolha e preparação de dados

Auditoria de dados: Avaliar a qualidade dos dados disponíveis e identificar gaps.

Aquisição de dados: Coletar e consolidar dados de diversas fontes internas e externas.

Limpeza e preparação: Realizar a limpeza, organização e transformação dos dados para garantir que estejam prontos para análise e modelagem.



Roadmap para implementação de AI

4. Desenvolvimento de modelos de AI

Prototipagem: Criar protótipos de modelos de AI para validar hipóteses e testar soluções em pequena escala.

Treinamento de modelos: Utilizar técnicas de aprendizado de máquina para treinar os modelos com os dados preparados.

Avaliação de desempenho: Testar os modelos em dados de validação para avaliar sua precisão, eficácia e viés.



Roadmap para implementação de AI

5. Implementação e integração

Integração com sistemas existentes: Integrar os modelos de AI com os sistemas e processos de negócios existentes.

Automatização: Automatizar os fluxos de trabalho onde a AI está sendo aplicada.

Monitorização e ajustes: Implementar sistemas de monitorização para acompanhar o desempenho dos modelos e realizar ajustes conforme necessário.



Roadmap para implementação de AI

6. Testes e validação

Testes de qualidade: Realizar testes rigorosos para garantir que os modelos estão funcionando conforme esperado em cenários do mundo real.

Feedback de utilizadores: Recolher feedback dos utilizadores finais para identificar áreas de melhoria e ajustar os modelos.



Roadmap para implementação de AI

7. Lançamento e escala

Lançamento piloto: Iniciar com um lançamento piloto em uma área específica do negócio para validar a solução em uma escala menor.

Escalabilidade: Baseado nos resultados do piloto, planejar a expansão da solução de AI para outras áreas ou mercados.

Treinamento contínuo: Continuar a treinar os modelos com novos dados para manter a relevância e precisão.



Roadmap para implementação de AI

8. Monitorização e manutenção

Acompanhamento contínuo: Monitorizar continuamente o desempenho dos modelos de AI para detetar desvios ou problemas.

Manutenção regular: Realizar manutenção regular dos sistemas de AI para garantir que permaneçam atualizados e funcionais.

Atualização de modelos: Atualizar os modelos com novas técnicas e dados conforme necessário.



Roadmap para implementação de AI

9. Revisão e melhoria contínuas

Revisão de resultados: Revisar periodicamente os resultados alcançados em relação aos objetivos definidos inicialmente.

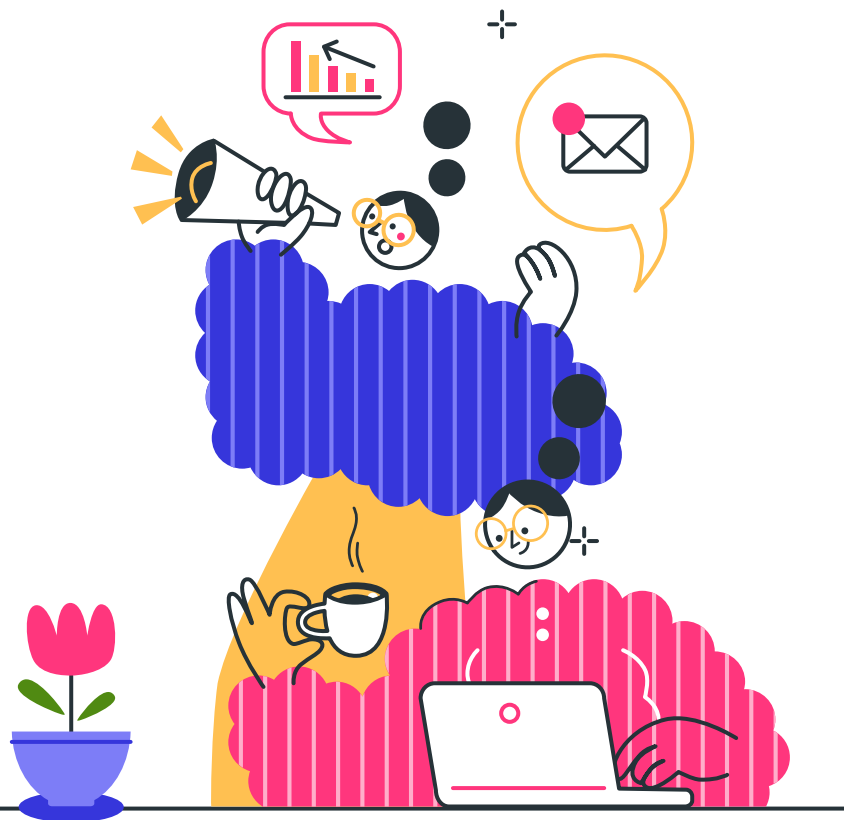
Aprendizado e melhoria: Implementar melhorias contínuas com base nos aprendizados obtidos durante a implementação.





06

Aplicações e ferramentas



Gestão de Equipas

Time Doctor

O Time Doctor é uma ferramenta de monitorização e gestão do tempo que utiliza IA para ajudar empresas a acompanhar e melhorar a produtividade dos seus colaboradores. Ele fornece insights detalhados sobre como o tempo é gasto, ajudando a identificar áreas onde a eficiência pode ser aumentada.



Gestão de Equipas

Time Doctor

Como funciona?

Rastreamento de tempo: O Time Doctor rastreia o tempo que os colaboradores passam em diferentes tarefas e projetos. Ele pode diferenciar entre tempo produtivo e não produtivo.

Captura de ecrã: Periodicamente, a ferramenta captura telas dos computadores dos colaboradores para garantir que eles estão focados no trabalho.

Relatórios detalhados: Gera relatórios detalhados que mostram como o tempo está a ser utilizado, destacando as tarefas que consomem mais tempo e as que contribuem para a produtividade.

Integração com outras ferramentas: Pode ser integrado com várias ferramentas de gestão de projetos e CRM, como Asana, Trello, Slack e outras.



Gestão de Equipas

Time Doctor

Exemplo prático:

Suponha que faça a gestão de uma equipa de marketing digital e percebe que muitos colaboradores estão a gastar muito tempo em tarefas administrativas, como responder e-mails.

Com o Time Doctor, pode monitorizar este tempo e identificar se estas tarefas estão a consumir uma grande parte do dia de trabalho.

A partir desses dados, pode decidir automatizar algumas dessas tarefas com ferramentas de automação de e-mails, libertando mais tempo para que a sua equipa se concentre em tarefas estratégicas e criativas.



Recrutamento e seleção

HireVue

O HireVue é uma plataforma de recrutamento e seleção que utiliza inteligência artificial e análise de vídeo para avaliar candidatos de maneira mais eficiente e precisa. A ferramenta combina entrevistas em vídeo, avaliações baseadas em jogos e análise preditiva para identificar os melhores candidatos para uma posição.



Recrutamento e seleção

HireVue

Como funciona?

Entrevistas em vídeo: Candidatos respondem a perguntas de entrevista em vídeo, que podem ser gravadas a qualquer momento e revistas pelos recrutadores posteriormente.

Análise de IA: A IA analisa as entrevistas em vídeo considerando linguagem corporal, entonação, escolha de palavras e outros fatores para avaliar as competências e habilidades dos candidatos.

Avaliações baseadas em jogos: Os candidatos podem ser submetidos a avaliações em forma de jogos que medem habilidades cognitivas, emocionais e sociais.

Análise preditiva: Utiliza modelos preditivos para comparar os candidatos com os melhores desempenhos em cargos semelhantes na empresa.



Tarefas diversas (produtividade)

Taskade

Uma plataforma de produtividade que combina várias funcionalidades em um único ambiente colaborativo, permitindo a criação de listas de tarefas, organização de projetos, anotações, mapas mentais e gestão de fluxos de trabalho. Ela se destaca por ser uma ferramenta flexível e visual, ideal para equipes que buscam centralizar a comunicação e as atividades.



Tarefas diversas (produtividade)

Principais possibilidades

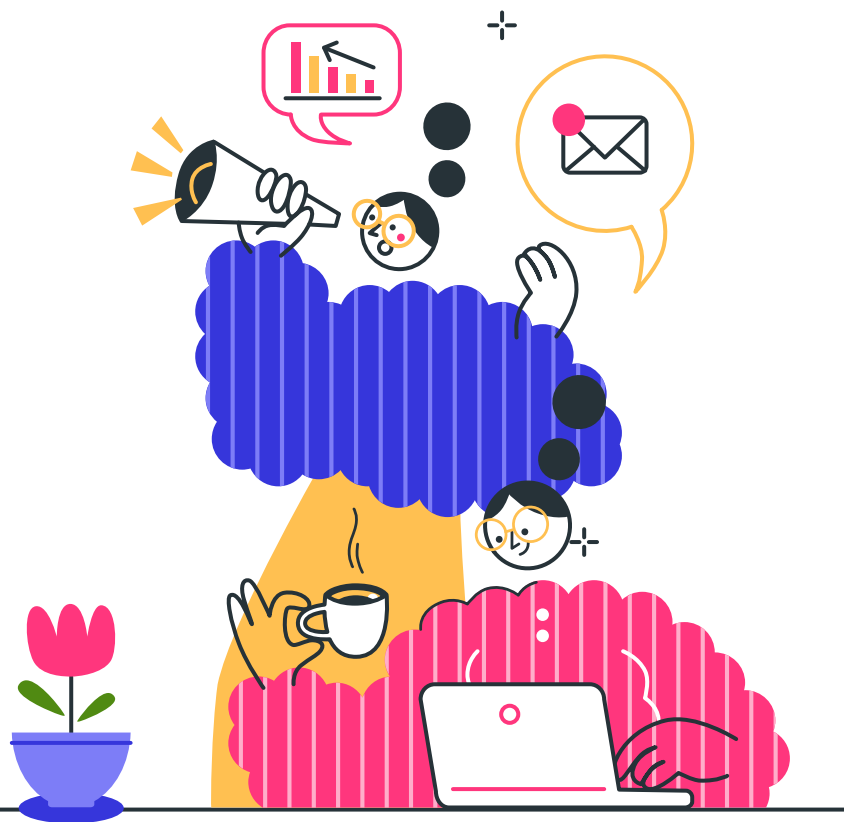
- **Tarefas e notas:** Permite criar listas de tarefas e anotações em um formato simples ou hierárquico, facilitando a organização.
- **Colaboração em tempo real:** As equipas podem editar documentos simultaneamente, com chat integrado e videoconferências para discussões e atualizações.
- **Mapas mentais e fluxos de trabalho:** Oferece a criação de mapas mentais e fluxogramas que auxiliam na visualização de projetos e as suas etapas.
- **Modelos prontos:** Possui templates prontos para gestão de projetos, reuniões, planeamento de conteúdo, entre outros.
- **Multiplataforma:** Funciona em diversas plataformas (web, desktop, mobile), permitindo a sincronização de informações entre dispositivos.
- **Agentes de AI:** Funcionam como membros da sua equipa, com capacidades e funções específicas.





07

Conversational Marketing



Definição

Marketing conversacional é um termo que descreve o processo de comunicação com clientes atuais e potenciais por meio de **canais de conversação**, como **chat ao vivo**, **mídias sociais** e **aplicações de mensagens**.

É uma ótima maneira para **conectar** com os clientes em um nível mais **pessoal** e criar **relacionamentos** que podem levar a **conversões** e **vendas**.



Canais de conversational



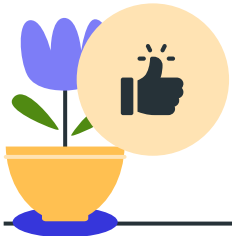
Site, Blog, E-commerce

A ideia é muito simples de se entender. Pense na seguinte situação: um cliente está no seu website esclarecendo uma dúvida sobre qualquer assunto que pode ser o preço dos produtos, a disponibilidade em estoque, ou qualquer outra. Esta pessoa é um utilizador do seu site, então se encontra em um estágio avançado de compra.



Aplicações de telemóvel

Atualmente existem aplicações para todos os tipos de necessidades do utilizador, não é mesmo? Então, o marketing conversacional também pode ser aplicado nessa situação. Principalmente em apps de conversação, como o WhatsApp ou o Messenger, por exemplo.



Redes Sociais

Por fim, as redes sociais. Todos nós sabemos o impacto que elas têm na vida de todas as pessoas que as utilizam com certa frequência. Uma das maiores vantagens de se usar essas plataformas é exatamente a familiaridade que os utilizadores têm com o ambiente, a linguagem, as ferramentas, as interações, propagandas, enfim, com o todo.



**Como gerir tudo isto
de forma manual?**



Conversational com IA



Melhor uso do tempo

O marketing conversacional proporciona a otimização do tempo para a empresa e os clientes. Milhares de dados e informações podem afetar o diálogo com um cliente, e as suas análises por um representante da empresa pode demorar muito tempo.

Já para tecnologias com inteligência artificial, segundos são mais que suficientes. Além disso, seu caráter de tempo real é um grande ingrediente para a experiência do contato.



Personalização dos atendimentos

A humanização das interações também é um fator estratégico.

Se os canais forem geridos por robôs, é fundamental usar a personalização para tornar os contactos mais próximos e relevantes.

As aplicações e as redes sociais já são dominados pelos clientes e representam um forte apelo para a aproximação da empresa com o seu público. Mas, é preciso que esse contacto seja individualizado.





Conversational com IA



Maximização do volume de leads

Com essa ferramenta, a jornada de compra do cliente acaba por ficar menor, o número de consumidores cresce consideravelmente já que o vendedor tem mais tempo para realizar os atendimentos. Os utilizadores muitas vezes conseguem realizar a compra diretamente pelo sistema automatizado.

Uma estrutura padronizada de conversação possui três etapas: envolver, entender e recomendar. Na primeira fase a conversa é totalmente humanizada e pessoal, só então as perguntas certas podem ser feitas e as dúvidas sanadas, por fim, o bot pode sugerir alguma ação para o cliente, uma visita ao site, seguir a página da empresa nas redes sociais, etc.



Nutrição dos leads

O marketing conversacional deve ser visto com um impulsionador do funil de marketing, especialmente em etapas mais avançadas do pipeline.

Sendo assim, ele pode ser visto como um gerador de leads capaz de nutri-los com os melhores incentivos, ou seja, diálogos personalizados que tiram as suas dúvidas.





Conversational com IA



Obtenção de dados do cliente

Com as interações as informações sobre o comportamento do consumidor chegarão de maneira fluida e natural, e não por meio de um formulário enorme e chato. O que é extremamente valioso.

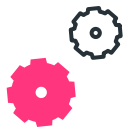
Além disso, a formulação das respostas dentro do sistema de automação só é possível por meio dessas interações.



Autoridade da marca

Conhecimento sobre o seu ramo de atuação traz naturalmente o reconhecimento de autoridade para a sua marca. Oferecer as melhores respostas, que além de complementar, incentive a decisão de compra do cliente, faz com que ele veja a empresa como uma autoridade no assunto e queira fazer parte do seu portfólio do cliente.





Conversational com IA



Pós-venda

O chatbot marketing pode ser utilizado para executar estratégias de pós-venda, como entrar em contato com o cliente questionando-o sobre sua satisfação com o produto ou mantendo-se disponível para esclarecer quaisquer dúvidas.

Essa estratégia contribui para a fidelização dos clientes.





Razões para usar o chatbot



Atendimento rápido e eficiente

Os chatbots são capazes de fornecer respostas e informações de forma rápida e eficiente, o que pode ajudar a melhorar a satisfação do cliente e aumentar a eficiência dos atendimentos.



Atendimento 24 horas

Os chatbots podem funcionar 24 horas por dia, 7 dias por semana, o que permite atender aos clientes a qualquer momento, mesmo quando os atendentes humanos não estão disponíveis.



Menor custo

Comparado com o atendimento humano, os chatbots podem ser uma opção mais barata para atender aos clientes, pois não precisam de salários ou benefícios.



Personalização

Os chatbots podem ser programados para se adaptar ao perfil e às necessidades individuais de cada cliente, o que permite oferecer uma experiência de atendimento mais personalizada e relevante.



Razões para usar o chatbot



Recolha de dados

Os chatbots podem coletar dados das interações com os clientes, o que pode ser útil para entender melhor as necessidades e preferências dos consumidores e otimizar as estratégias de marketing e atendimento.



Integração

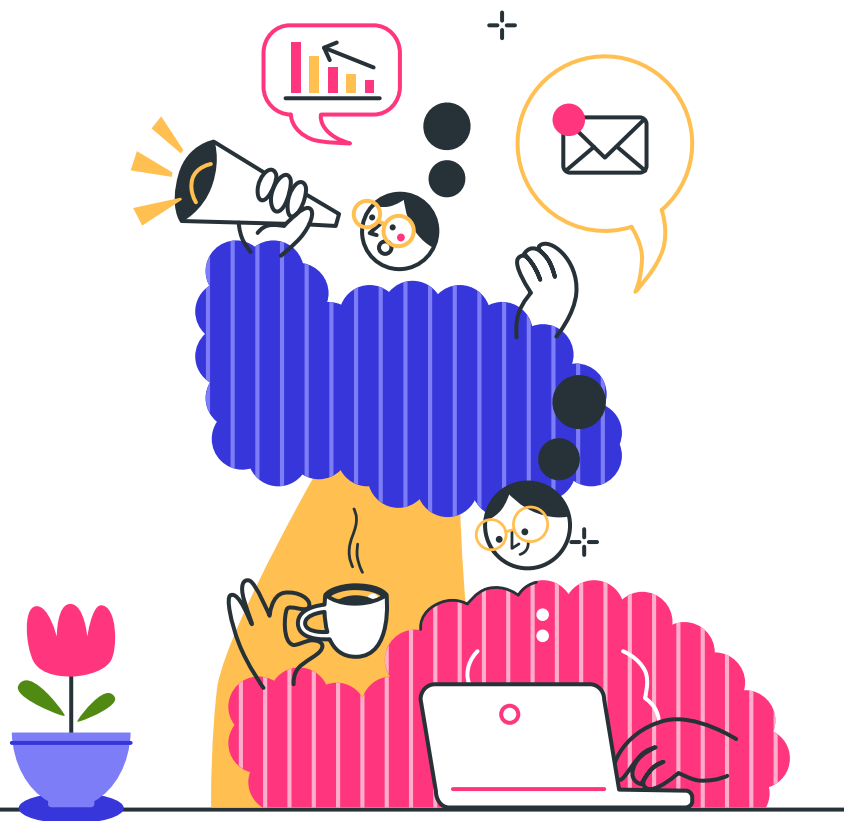
Os chatbots podem ser integrados a diferentes plataformas e canais de comunicação, o que facilita a interação com os clientes e aumenta a visibilidade da empresa.





08

Como iniciar a estratégia com chatbot





Conheça a sua persona

É sempre mais eficiente conversar com pessoas as quais se conhece as dores, objetivos e necessidades, pois isso tornará os conteúdos muito mais atraentes.

Por isso, definir a persona contribui para planejar um roteiro na jornada de conversas com um chatbot, estabelecendo uma relação mais próxima e efetiva. O uso de chatbots é uma ótima ferramenta para aumentar o engagement de uma marca com a sua persona, já que respostas rápidas e completas fazem parte de uma lista de critérios avaliados como positivos pela maioria dos clientes.





Estabeleça um tom e a voz de marca

Qual será o tom e voz adequado para manter a comunicação personalizada.

Vale destacar que a voz de uma marca representa a identidade e valores impressos no mercado. Já o tom, é a forma de se comunicar de acordo com contexto, fazendo com que a conversa se torne o mais natural possível.

Quando o tom e a voz são bem definidos, é fácil expressar a essência da marca com clareza.





Identifique os canais que serão integrados/automatizados

O cenário da pandemia evidenciou ainda mais a força dos canais digitais como meios de comunicação, com as pessoas cada vez mais preferindo resolver ou tirar dúvidas de forma online.

Mas, quais canais usar e integrar?

- WhatsApp;
- Facebook Messenger;
- Telegram;
- Instagram;
- Site geral;
- Loja virtual etc.





Faça testes antes de lançar o bot

Antes de oferecer a solução ao mundo, é fundamental realizar testes, a fim de minimizar possíveis erros.

Acompanhe os resultados

E melhore sempre o processo.





Para usar um chatbot é necessário

- **Definir os canais:** identificar quais os canais serão automatizados.
- **Escolher a plataforma:** existem muitas opções de plataformas que permitem criar e gerenciar chatbots, como o Facebook Messenger, o WhatsApp, o Telegram e o Skype, entre outras. Escolha a plataforma que melhor se adapte às suas necessidades e ao público que deseja atender.
- **Definir os objetivos:** antes de começar a criar o chatbot, é importante ter claro o que quer alcançar com ele. Alguns exemplos de objetivos podem ser: oferecer suporte ao cliente, vender produtos ou serviços, coletar informações de contato ou promover eventos.
- **Criar o conteúdo:** depois de definir os objetivos, é preciso criar o conteúdo do chatbot. Isso inclui as mensagens que ele vai enviar e as respostas que vai dar de acordo com as perguntas e solicitações dos utilizadores.
- **Testar o chatbot:** antes de colocar o chatbot em funcionamento, é importante testá-lo para verificar se ele está funcionando corretamente e se está fornecendo as informações de forma clara e precisa.
- **Gerir o chatbot:** depois de colocar o chatbot em funcionamento, é preciso gerenciá-lo de forma eficiente para garantir que esteja sempre atualizado e fornecendo respostas precisas e úteis aos s. Isso inclui monitorar as interações do chatbot, otimizar o conteúdo e adicionar novas funcionalidades conforme necessário.





Ferramentas de chatbot

I. Chatfuel

Vantagens:

- Interface intuitiva e fácil de usar.
- Integração com Facebook Messenger.
- Ferramentas de análise e acompanhamento de desempenho.
- Personalização através de blocos e IA.

Desvantagens:

- Recursos avançados requerem plano pago.
- Limitado a plataformas de mensagens específicas (principalmente Facebook Messenger).





Ferramentas de chatbot

2. ManyChat

Vantagens:

- Fácil integração com várias plataformas, incluindo Facebook Messenger, SMS, Instagram e WhatsApp.
- Interface amigável com drag-and-drop.
- Automação poderosa e segmentação de público.
- Suporte a campanhas de marketing.

Desvantagens:

- Algumas funcionalidades avançadas estão disponíveis apenas em planos pagos.
- Personalização limitada fora das plataformas principais suportadas.





Ferramentas de chatbot

3. Tidio

Vantagens:

- Integração com vários canais, incluindo e-mail, Messenger e chat do site.
- Interface intuitiva com opções de personalização.
- Recursos de automação e IA integrados.
- Funcionalidade de CRM básica.

Desvantagens:

- Planos gratuitos limitados em funcionalidades e utilizadores.
- Suporte limitado para integrações mais avançadas.





Ferramentas de chatbot

4. Drift

Vantagens:

- Focado em marketing e vendas, com recursos específicos para geração de leads.
- Integração com ferramentas de CRM como Salesforce e HubSpot.
- Recursos de automação e qualificação de leads.
- Análise e relatórios detalhados.

Desvantagens:

- Plano gratuito muito limitado em termos de funcionalidades.
- Preço relativamente alto para pequenas empresas.





Ferramentas de chatbot

5. Intercom

Vantagens:

- Plataforma completa para comunicação com clientes (chat, e-mail, etc.).
- Recursos avançados de automação e segmentação.
- Integração com várias ferramentas de marketing e CRM.
- Suporte a mensagens personalizadas com base no comportamento do utilizador.

Desvantagens:

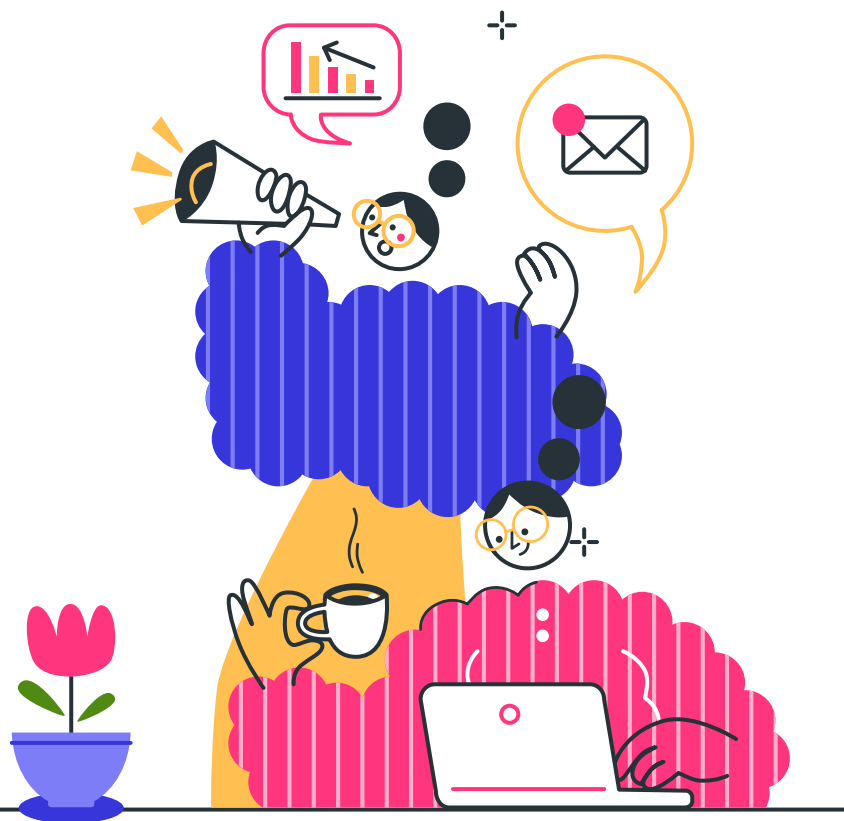
- Preço elevado, especialmente para pequenas empresas.
- Curva de aprendizado para aproveitar todas as funcionalidades.





09

WhatsApp Business





WhatsApp Business

Objetivo: o WhatsApp é uma aplicação de mensagens para pessoas, enquanto o WhatsApp Business é direcionado para empresas.

Recursos: o WhatsApp Business oferece recursos adicionais que podem ser úteis para o atendimento ao cliente, como mensagens pré-definidas, catálogo de produtos e integração com o Instagram e o Facebook. Ele também permite que as empresas criem perfis com informações de contato e horário de funcionamento.

Instalação: o WhatsApp Business pode ser instalado junto com o WhatsApp regular, o que permite que as empresas usem as duas versões ao mesmo tempo.

Segurança: ambas as versões do WhatsApp usam criptografia de ponta a ponta para proteger as mensagens, o que significa que elas só podem ser lidas pelo remetente e pelo destinatário. No entanto, o WhatsApp Business pode oferecer mais opções de segurança para empresas, como o bloqueio de chats ou o acesso limitado a algumas informações.





WhatsApp Business

Funcionalidades básicas do Whatsapp Business:

- Perfil da empresa
- Mensagem de saudação
- Respostas rápidas
- Mensagem de ausência
- Tags de contato
- Lista de transmissão
- Status
- Grupos
- Métricas





Mensagem de saudação

A funcionalidade Mensagem de saudação envia uma mensagem automática (personalizada pela empresa) quando o cliente entra em contato pela primeira vez ou depois de um período de 15 dias.

Além de poupar tempo de quem recebe muitas mensagens diárias de novos clientes potenciais, diminui o tempo de espera do cliente e aumenta o fluxo da conversa.

Respostas rápidas

A sua empresa recebe todos os dias as mesmas perguntas? Então essa funcionalidade foi feita pensando nisso. Com ela, é possível cadastrar várias mensagens pensando nas principais perguntas que a empresa recebe.

Exemplo: Qual o preço para fazer a gestão de Social Media?

Pode ser criada uma mensagem padrão e através da “/” acessar todas as suas respostas personalizadas para cada situação.





Mensagem de ausência

Pode-se configurar o horário de atendimento no WhatsApp, o que evita o recebimento de mensagens em horários inconvenientes.

Assim, quando o cliente enviar uma mensagem fora do horário estabelecido, vai receber uma mensagem padrão automática, de ausência.

Tags de contatos

Elas servem para classificar os contatos, o que é muito eficaz para qualquer negócio. Através dessa função, pode-se separar os contatos (ou classificá-los) através de tags personalizadas.

- Cliente
- Ex-cliente
- Em negociação, etc.

São apenas exemplos que podem ajudar a distinguir melhor os contatos.





Lista de transmissão

Consiste em enviar para vários contatos de uma vez só uma mesma mensagem – podendo ser vídeo, foto ou texto.

Mas, apenas contatos que possuem o seu número salvo irão receber a mensagem. Outro ponto importante é: atenção para a frequência e conteúdo das mensagens. A empresa pode ser denunciada por SPAM.

Status

Status é uma oportunidade de ouro para oferecer conteúdos ricos e, claro, divulgar (com sabedoria) a empresa.

Compartilhar frases inspiradoras, o dia a dia da empresa, eventos, cases de sucesso nos status ajuda a aproximar o público. Devem ser evitadas mensagens de autopromoção com frequência, pois desengaja os contatos.





Catálogo de produtos

É uma das funcionalidades mais recentes e que com certeza é uma das mais estimadas. No catálogo, é possível adicionar produtos e/ou serviços que a empresa oferece.

Grupos

O WhatsApp permite que sejam criados grupos com clientes para compartilhar mensagens, vídeos e fotos que apoiem as ações de marketing.

Mais uma vez: os contatos não devem ser bombardeados com mensagens. Usar o bom senso e compartilhar apenas informações relevantes para os leads, é essencial. Somente assim é que os leads manterão interesse pelos conteúdos da empresa.





Métricas

- Taxa de recebimento: referente ao recebimento efetivo das mensagens que foram enviadas. Importante para saber se o cliente está com o número atualizado.
- Taxa de abertura: apesar de parecer ser simples, ela pode ajudar a identificar o quão atraente a prévia da mensagem está. Ao enviar a mensagem, o Whatsapp permite uma prévia de 32 caracteres em média (pode alterar de acordo com o sistema, IOS e Android).
- Visualização de Status: Além de verificar quantas pessoas visualizaram o Status, dá uma visão sobre o quão engajado o público está.






Boas práticas

Opt-in nada mais é do que uma “autorização formal” do cliente (usuário) para receber notificações da empresa (chatbot), com conteúdos específicos através do seu WhatsApp. A ideia é que o opt-in seja visual e explícito em relação aos conteúdos que o usuário está autorizando receber, de forma que ele tenha total consciência do objetivo das notificações após a autorização.

Há diversas possibilidades para realizar a coleta do opt-in, podendo ser via SMS, e-mail marketing, site, landing pages, aplicativo e dentro do WhatsApp.

Nesse caso, a empresa fica responsável por avaliar o método que será mais benéfico para obtenção dessas autorizações dos usuários.



Take Blip 

CONTINUE TO CHAT

Permissão para contato do WhatsApp em Take Blip





Conteúdos indesejados

O Whatsapp é uma forma de contato mais pessoal. Suas diretrizes permitem que os usuários denunciem mensagens e contas que possam estar os incomodando.

Além disso, práticas como notícias falsas, links suspeitos, compartilhamento de atividade ilegal/criminal e uso de ferramentas de automação não autorizadas também podem gerar um bloqueio na conta.

Dados completos

Criar um perfil completo: preencher todas as informações de contato e horário de funcionamento disponíveis no perfil do WhatsApp Business para que os clientes possam entrar em contato facilmente e saber quando a empresa está disponível.

Integração

Integrar com outras plataformas: integrar o WhatsApp Business com outras plataformas, como o Instagram e o Facebook, para expandir a visibilidade da empresa e facilitar a interação com os clientes.





WhatsApp na estratégia de marketing



Jornada de compra

Atendimento ao cliente: o WhatsApp pode ser usado para fornecer suporte aos clientes durante o processo de compra, respondendo a perguntas e fornecendo informações sobre produtos ou serviços.

Apresentação de produtos: as empresas podem usar o WhatsApp para apresentar seus produtos ou serviços aos clientes, incluindo imagens, vídeos e descrições detalhadas.

Fecho de vendas: o WhatsApp pode ser usado para finalizar a venda com os clientes, enviando links para pagamento ou informações sobre entrega e garantia.

Pós-venda: o WhatsApp também pode ser usado para acompanhar o pós-venda, fornecendo suporte ao cliente e respondendo a perguntas ou problemas que possam surgir.

Além disso, é importante lembrar de usar o **WhatsApp** de forma profissional e respeitosa durante todo o processo de compra, fornecendo informações precisas e relevantes para os clientes e respeitando a sua privacidade.





Funis por etiqueta

As tags (ou etiquetas) auxiliam na segmentação dos contatos.

Depois de segmentados, a empresa pode criar funis específicos para trabalhar os contatos de cada etiqueta, com o objetivo de fazê-los avançar na jornada de compra.

Alguns exemplos:

- Em qualificação;
- Em prospecção;
- Agendamento de reunião;
- Envio de proposta comercial;
- Follow-up de proposta;
- Em negociação;
- Assinatura contrato pendente;
- Pagamento pendente;
- Problemas com pagamento;
- Processo de implantação;
- Entrega pendente.





Como aumentar a base de contactos



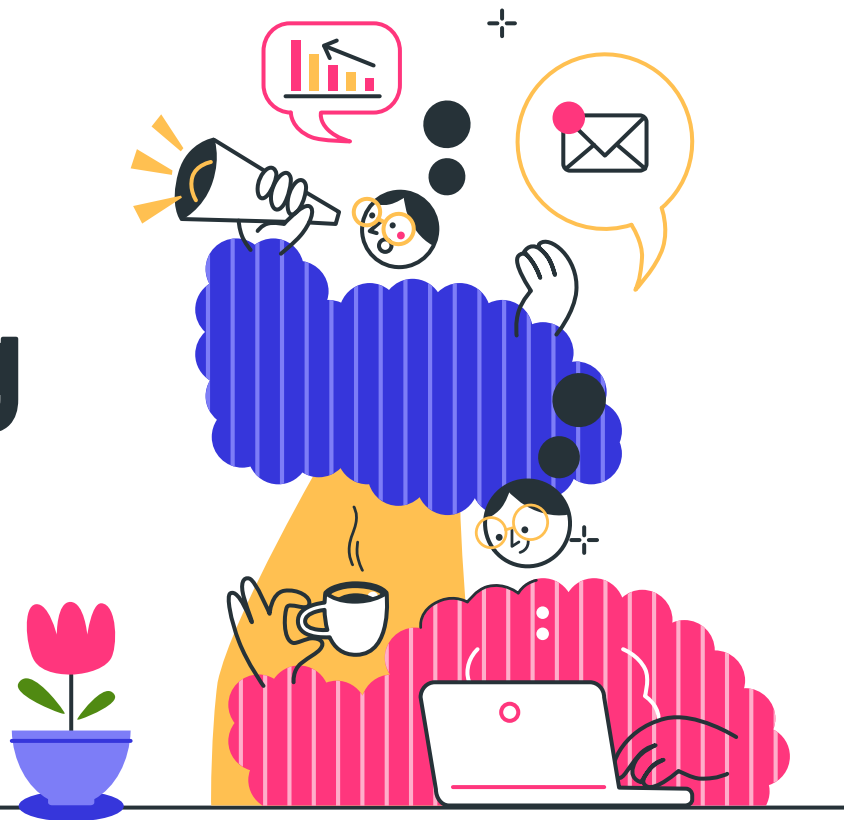
Canais de captura de contactos

- Site – disponibilizar o botão flutuante em todas as páginas do site;
- Instagram – inserir no telefone de contato o número do WhatsApp;
- Facebook – configurar o botão de CTA da rede para o WhatsApp;
- LinkedIn – na página da empresa, colocar o número de contato como sendo o do WhatsApp;
- Youtube – nos links inteligentes da rede, é possível inserir o do WhatsApp;
- Esforços offline – folders, papel de carta, cartão de visita, etc.





10 Microlearning





Algumas informações



46 mil empregadores dinamizaram ações de formação ao longo de 2022, mais **seis mil** do que no ano anterior.



Apenas **1,2 dos 3 milhões de trabalhadores** por conta de outrem receberam formação, em 2022.



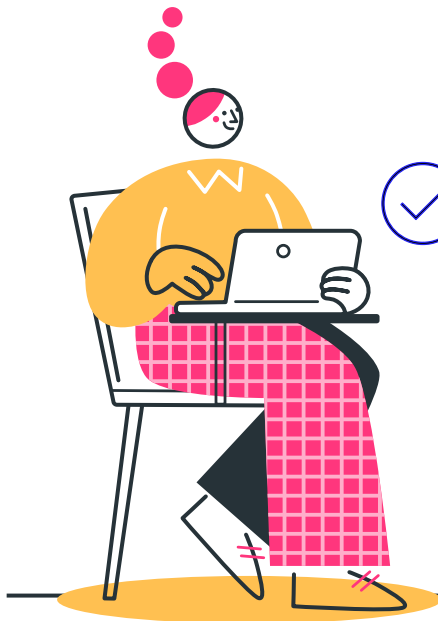
Este número (46 mil empregadores) equivale a cerca de **17,3%** das empresas portuguesas.



A duração média foi de **33,6 horas** de formação.



A maioria das formações foi dada em **horário laboral**, por iniciativa da empresa.





Desafios da educação corporativa



A falta de tempo dos colaboradores impacta diretamente na participação em treinamentos.



Conteúdos desatualizados não atendem às demandas do mercado atual.



A dificuldade em reter informações complexas limita o aprendizado a longo prazo.



A formação padronizada não considera as diferentes necessidades e ritmos de aprendizado.





Impactos da IA no mundo do trabalho

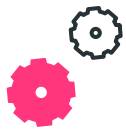
1 Automação

A IA está a automatizar diversas tarefas que antes eram realizadas por humanos, como digitação, análise de dados e atendimento ao cliente. Isso significa que muitos trabalhos tradicionais serão substituídos por máquinas, exigindo que os trabalhadores desenvolvam novas habilidades para se manterem competitivos no mercado de trabalho.

2 Habilidades e conhecimentos

Para ter sucesso no mercado de trabalho atual e futuro, os trabalhadores precisarão desenvolver habilidades como criatividade, resolução de problemas, comunicação e colaboração. Além disso, será cada vez mais importante ter conhecimentos em áreas como IA, machine learning e big data.





Benefícios da IA na formação dos colaboradores



**Aprendizagem
personalizada e
adaptativa**



**Conteúdo à medida e
acessível a qualquer
momento**



Benefícios da IA na formação dos colaboradores



**Experiências de
aprendizagem
mais envolventes e
interativas**



**Melhoria da
retenção de
conhecimento e da
performance**

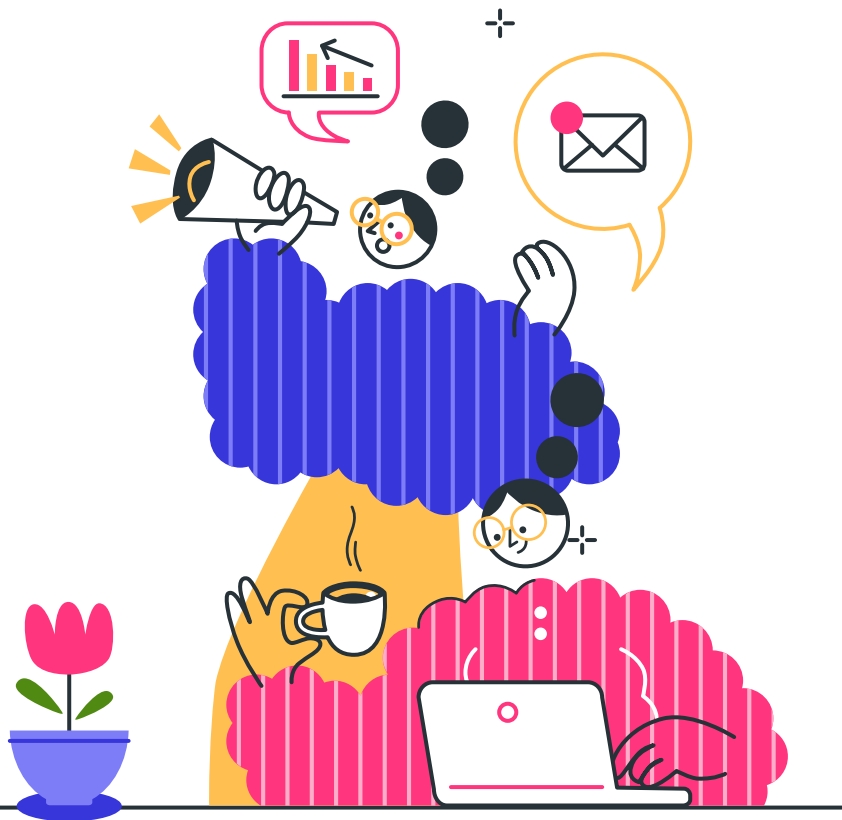


**Redução de custos
com formação**





Microlearning e gameficação



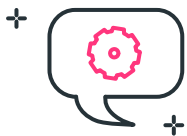


Microlearning

O microlearning, também conhecido como **aprendizagem em pequenas doses**, é uma metodologia de ensino que fragmenta o conteúdo em módulos curtos e focados, geralmente com duração de até **15 minutos**.

Essa abordagem inovadora se destaca por sua **flexibilidade**, **adaptabilidade** e **efetividade**, tornando-se cada vez mais popular em um mundo em constante mudança e com as necessidades por aprendizado rápido e prático.

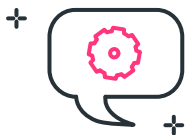




Características

- **Módulos curtos e digestivos:** O conteúdo é dividido em unidades menores, facilitando a assimilação e retenção do conhecimento.
- **Aprendizagem Just-in-Time:** O foco está no aprendizado no momento necessário, otimizando o tempo e direcionando para as necessidades específicas do colaborador.
- **Acessibilidade e flexibilidade:** O microlearning pode ser acessado a qualquer momento e em qualquer lugar, através de dispositivos móveis, computadores ou tablets.



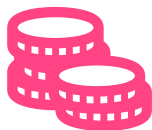


Características

- **Variedade de formatos:** Vídeos, podcasts, infográficos, jogos e simulações são alguns dos formatos utilizados para tornar a aprendizagem mais dinâmica e engajadora.
- **Aprendizagem ativa:** O microlearning incentiva a participação ativa do colaborador, através de atividades interativas, quizzes e desafios.
- **Personalização:** A personalização dos módulos permite que cada colaborador aprenda no seu próprio ritmo e de acordo com as suas necessidades individuais.



Benefícios para as empresas



**Redução de custos
com formação**



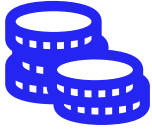
**Melhoria na
performance dos
colaboradores**



**Aumento da
produtividade**



Benefícios para os colaboradores



**Aprendizagem
mais rápida e
eficaz**



**Maior flexibilidade
e autonomia**



**Melhor
performance no
trabalho**



Ferramentas

Plataformas de Microlearning

Diversas plataformas especializadas oferecem ferramentas para criação, gerenciamento e distribuição de conteúdo em microlearning.

Sistemas de Gestão de Aprendizagem (LMS)

Muitos LMS possuem funcionalidades de microlearning integradas, permitindo a criação de cursos e atividades em formato de microlearning.

WhatsApp + bot

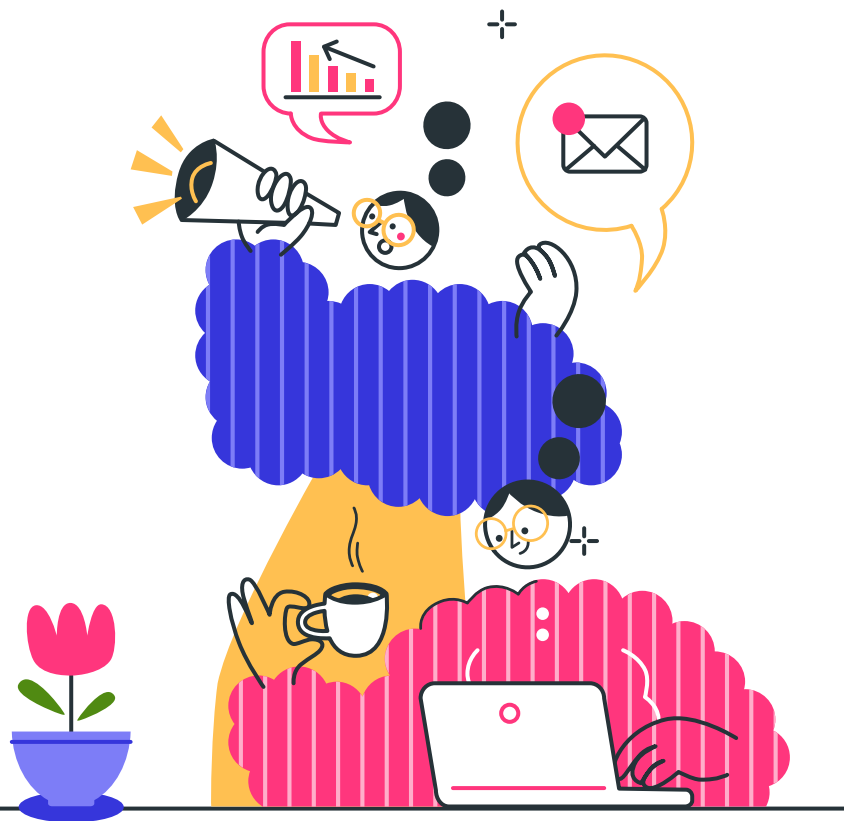
É a rede social mais utilizada no Brasil, que permite a entrega de conteúdo em diversos formatos e é extremamente *friendly*.

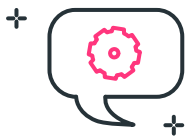




12

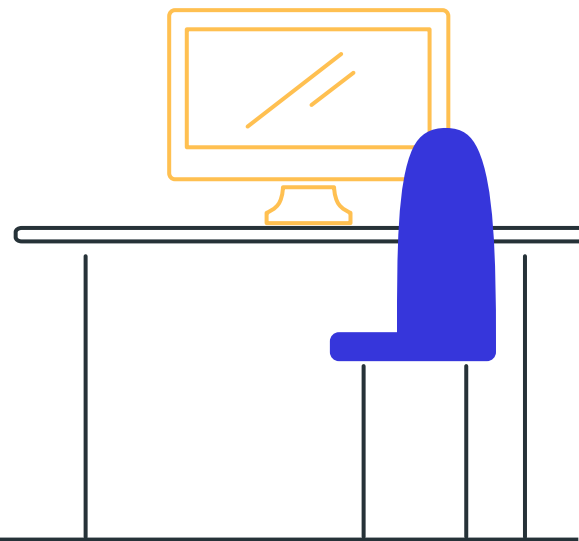
Como implantar





Passo a passo

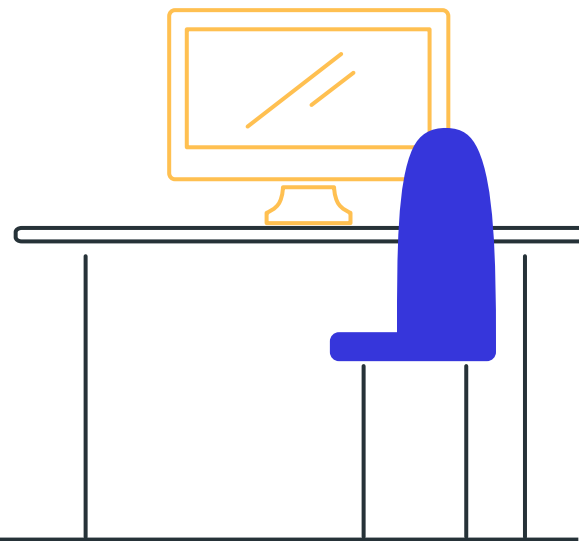
- **Definição de objetivos:** Determine os objetivos específicos que deseja alcançar com o microlearning, como melhorar o desempenho dos colaboradores, aumentar a retenção de conhecimento ou reduzir custos com as formações.
- **Análise das necessidades:** Avalie as necessidades de formação dos seus colaboradores, considerando as suas habilidades, conhecimentos e desafios específicos. Identifique as áreas que mais se beneficiariam do microlearning.

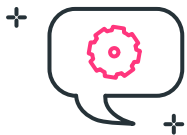




Passo a passo

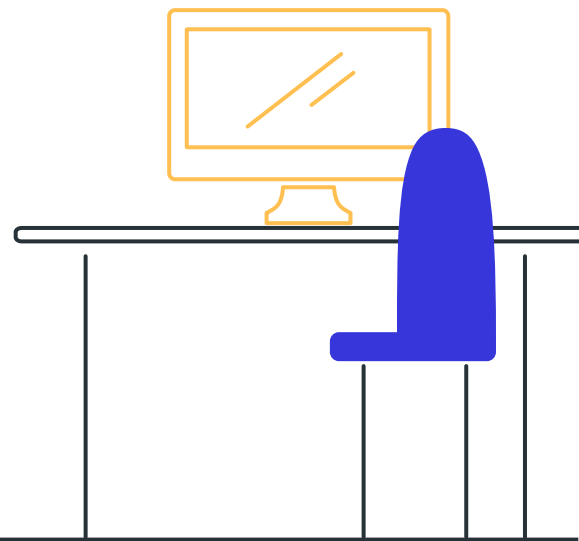
- **Seleção de conteúdo:** Escolha o conteúdo que será abordado nos módulos de microlearning, priorizando temas relevantes para as necessidades dos seus colaboradores e os objetivos da empresa.
- **Escolha da ferramenta:** Selecione a ferramenta de microlearning ideal para as suas necessidades, considerando fatores como orçamento, funcionalidades, integrações e facilidade de uso.

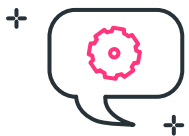




Passo a passo

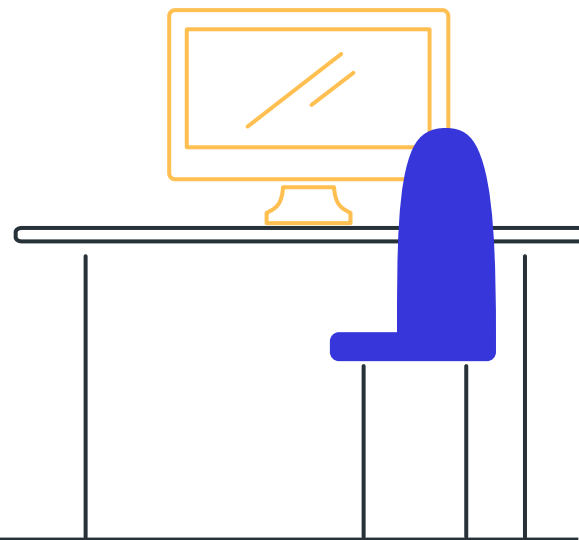
- **Desenvolvimento de módulos:** Crie os módulos de microlearning utilizando a ferramenta escolhida, garantindo que sejam curtos, focados, interativos e engajadores. Utilize diversos formatos, como vídeos, apresentações, infográficos e jogos.
- **Implementação e promoção:** Implemente o programa de microlearning na sua empresa, comunicando-o de forma clara e eficaz aos colaboradores. Utilize diversos canais de comunicação, como e-mail, intranet e materiais impressos.





Passo a passo

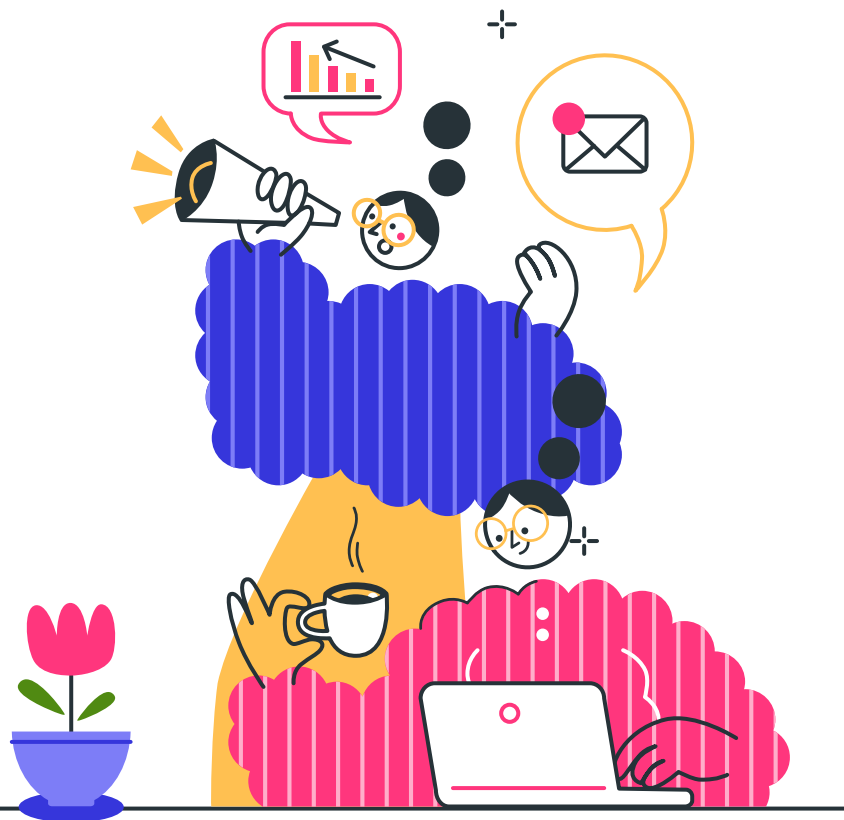
- **Monitorização e avaliação:** Monitore o progresso dos seus colaboradores e avalie a efetividade do programa de microlearning através de relatórios, feedbacks e testes de conhecimento. Faça ajustes e melhorias contínuas no programa.
- **Cultura de aprendizagem contínua:** Incentive uma cultura de aprendizado contínuo na sua empresa, promovendo o microlearning como uma ferramenta valiosa para o desenvolvimento profissional dos seus colaboradores.

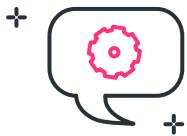




13

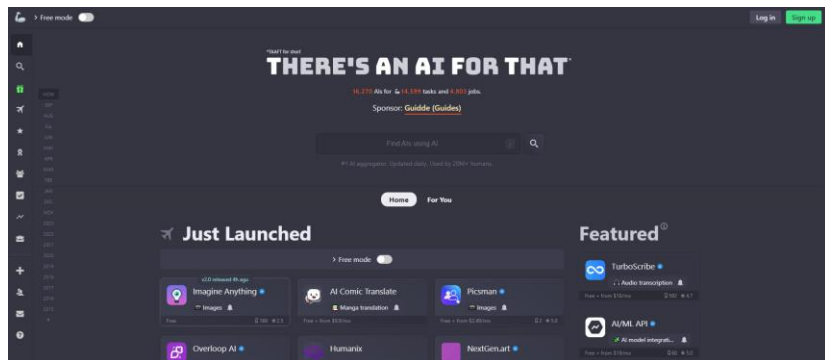
Outras ferramentas





Um site, quase todas as respostas

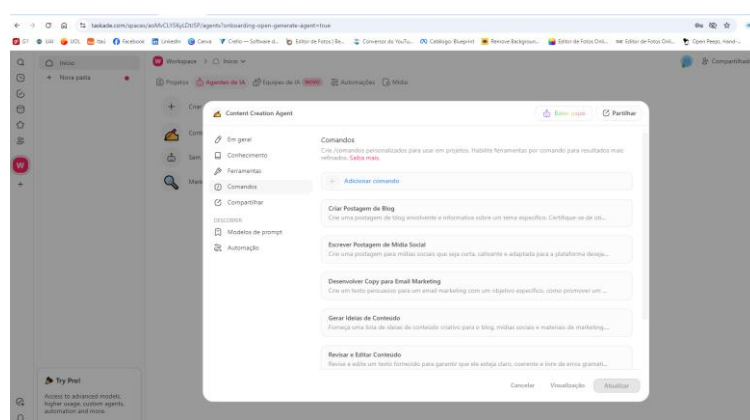
<https://theresanaiforthat.com/>

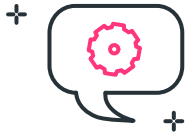




Agentes interativos

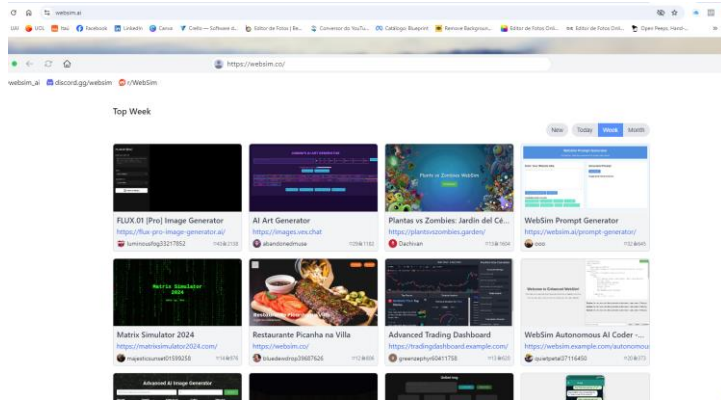
Agentes interativos para automatizar tarefas: <https://www.taskade.com/?via=hbnews>





Protótipos de sites interativos

Websim.ai



Criar vídeos

D-ID

O D-ID (DeepID) é uma plataforma inovadora que utiliza inteligência artificial (IA) para criar avatares realistas e animados a partir de uma simples foto ou vídeo. Com o D-ID, pode-se dar vida às ideias, personagens e histórias de forma envolvente e profissional, sem precisar de habilidades técnicas avançadas ou atores profissionais.

<https://www.d-id.com/>

Criar imagens

Midjourney

- O Midjourney se destaca como uma ferramenta inovadora de inteligência artificial (IA) que permite a criação de imagens com um nível de realismo e expressividade impressionante.
- Esta plataforma oferece uma gama de recursos que a tornam ideal para artistas, designers e entusiastas da tecnologia que desejam explorar novas formas de expressão visual.

<https://www.midjourney.com/home>

<https://discord.com/>



Criar imagens



motorcycle racing on a space station for a coloring book in black and white



an illustration of a Limp Bizkit nu metal singer on the stage, singer wearing baggy cargo pants, baseball cap, baggy hoodie, and with a goatee. Cartoon style, flat illustration vibes, artistic



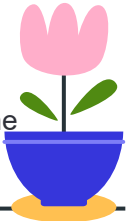
Criar imagens



a very old lady smiling as she performs as a DJ in a modern nightclub. Realistic, cinematic



photoshop white frame framed poster blank mock up, against a blue blanket with white flowers in style on the ground, in the style of modern realistic with light and shadow, centralized, symmetrical



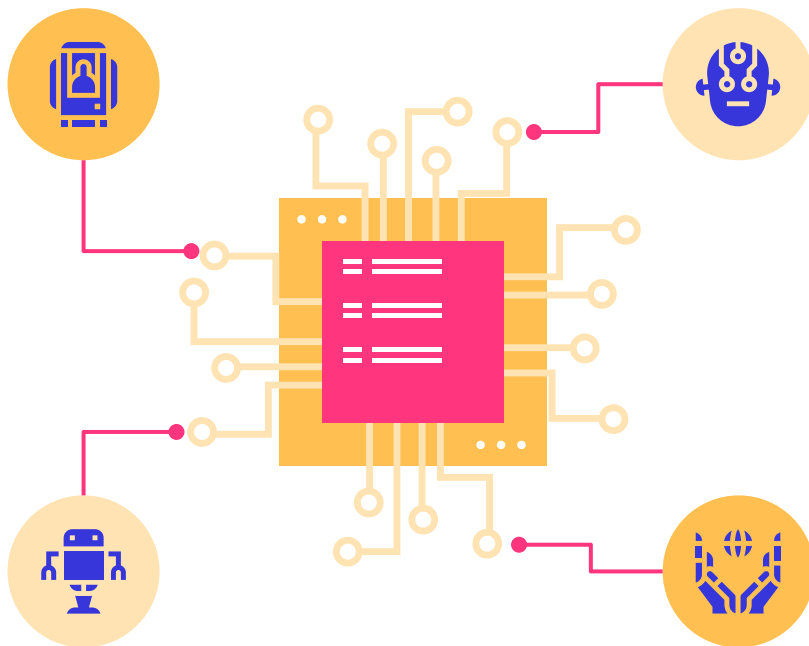
Recomendações finais

A hora é agora!

Comece pequeno e depois escale, mas comece já!

Equipa

Invista em formação da equipa e na Cultura Organizacional!



Seleção

Escolha parceiros tecnológicos fiáveis – não tenha receio de fazer pesquisas.

Objetivos

Defina metas claras e mensuráveis!



HUBWEB

Nós desenvolvemos:

- Mentorias e consultorias estratégicas para Transformação Digital e implementação de ferramentas de AI;
- Programas avançados de formação em ferramentas de AI para negócios;
- Automações personalizadas para as empresas – Chatbots, recrutamento e seleção de pessoas, emails, criação e otimização de conteúdo, microlearning, dentre outras tarefas.



Obrigada

Márcia Malvina

mmalvina@hubwebnet.com

919 642 046

hubweb
smart ideas
& solutions.

