



W FASTCO WORKS

VAMOS
CONVERSAR

SEU RELACIONAMENTO
COM O MERCADO PREVÊ
CONVERSAS INTELIGENTES
COM USO DE IA?

Powered By  blip



Sua nova fase de relacionamento com o mercado prevê conversa inteligente com IA?

Sumário

- 01** Conectividade com agilidade é prioridade para boas conversas
- 02** Inteligência Conversacional: Valor e tendências que agregam nas relações com os públicos
- 03** Visão de mercado e empresas sobre Inteligência Conversacional
- 04** Com IA, o Universo Conversacional é uma realidade

01

Conectividade com agilidade é prioridade para boas conversas

O relacionamento entre pessoas e empresas evoluiu ao longo do tempo. Os novos canais e meios de comunicação, na medida em que se desenvolveram, diminuíram o ruído e trouxeram melhores resultados. Novas tecnologias foram criadas, apoiadas pela adoção de processadores mais potentes para dar conta da gestão de tantas informações, num tempo exigido cada vez mais curto para as trocas entre as pessoas e as empresas.

Os múltiplos formatos de mídias, plataformas e aplicativos, ampliaram a capacidade de captação de dados e entrega de campanhas de marketing. Por outro lado, dados coletados ao longo de décadas foram se refinando e se avolumando, dificultando a adoção e gestão das estratégias de relacionamento com o mercado. Os processos ainda eram muito caros e difíceis de serem realizados.



Antes dos aplicativos de mensagens

Tempo atrás, a comunicação acontecia de forma mais setorializada em diferentes canais com interações mais complexas e, muitas vezes, não satisfatórias.



A qualidade das conversas começou a dar sinais de que tanta inovação podia se tornar obstáculo para manter a proximidade com os públicos. À medida que os consumidores passaram a interagir com uma variedade crescente de dispositivos, plataformas e canais, o senso de atualização constante levou os profissionais a saírem à luta para identificá-los, alcançá-los e criar meios de estabelecer conexões saudáveis e otimizadas com eles.

Tornou-se natural que novas soluções e personalizações no relacionamento entre empresas e seus públicos-alvo fossem dirigidas para os aplicativos de mensagens nos smartphones: as pessoas se apoiam muito no WhatsApp para conversas, principalmente no Brasil. Este se tornou o principal caminho para que as empresas efetivassem suas relações com o público:

96 % dos usuários acessam o WhatsApp todos os dias

79 % das pessoas já entraram em contato com uma empresa pelo app

60 % das marcas mais valiosas do país usam a API do WhatsApp

98 % das empresas brasileiras já estão no WhatsApp;

68 % já contrataram um serviço pelo app

83 % aliam com empresas para tirar dúvidas e receber informações

Fonte: Panorama Mobile Rime - Opinion Box, 2022.

Para as empresas que buscavam adaptação neste cenário, o uso certo de tecnologias que as ajudassem a navegar nessa e em outras plataformas proporcionou a evolução nas conversas, que se deu pela estruturação dos fluxos, dados e gestão de atendimento e vendas. Surgiram os Contatos Inteligentes que, segundo a Blip – plataforma líder em inteligência conversacional entre empresas e clientes nos principais aplicativos de mensagem –, são a

evolução da comunicação entre marcas e pessoas.

Com o Contato Inteligente, é possível unir o poder da automação (chatbots) ao atendimento humano, trazendo não apenas uma opção para manter um relacionamento próximo aos clientes, mas também abrindo a possibilidade de escalar experiências. Esse contexto permite às empresas, entre outras questões:

- Otimizar a jornada dos colaboradores;
- Refinar a gestão de times de interface com cliente;
- Melhorar o tempo de atendimento, mesmo com usuários simultâneos;
- Estar presentes em canal aberto 24 horas por dia, 7 dias por semana;
- Melhorar a experiência do público pela redução de tempo de espera e assertividade nas respostas para suas demandas; e, com isto: Escalar resultados de venda, reduzir churn, elevar o ticket médio, tudo com eficiência operacional.

Por trás dessas tecnologias, a inteligência artificial alinha os processos de consolidação de conhecimento e de conversas nas relações das empresas com seus públicos, entregando subsídios para a **Inteligência Artificial (IA) conversacional**. Isso resultou num imenso salto nas relações conversacionais no mercado e impactou positivamente a vida dos consumidores.

A popular IA Generativa, por exemplo, já cresce como ferramenta forte de interface da IA Conversacional. Ao mesmo tempo, a IA Conversacional – tecnologicamente falando – deve usar IA Generativa por padrão, no futuro, para seguir em seu processo de construção. **Esse é um ciclo muito poderoso e ágil de construção de relacionamentos no mercado.**

02

Inteligência Conversacional: valor e tendências que agregam nas relações com os públicos

Por meio da inteligência conversacional, é possível potencializar relacionamentos positivos e objetivos entre as empresas e seus públicos-alvo. As conversas são rápidas, eficientes e personalizadas, guiadas por dados

tratados e mecanismos de inteligência artificial. Essa é a fórmula perfeita para quem quer agilidade nos atendimentos. Para as empresas, hoje, é o meio para fazer a diferença.



Depois dos aplicativos de mensagens

Com a chegada dos aplicativos de mensagem, as interações migraram para as conversas por mensagens para fortalecer o relacionamento da marca com o cliente.



Fonte: Panorama Mobile Rime - Opinion Box, 2022.

O objetivo para as empresas é que as pessoas consigam chegar de forma eficiente e rápida às informações, à conclusão de processos comerciais, ou aos contatos que darão o atendimento às necessidades. E, muitas vezes, a tecnologia consegue administrar 100% da demanda, sem

a necessidade da interação com uma pessoa. Essa precisão tende a melhorar com o uso recorrente e a soma de novos dados que são gerados, um processo natural do mecanismo de inteligência artificial.



Luiz Marcelo dos Santos
Vice-Presidente de Contas Gerenciadas

A injeção de inteligência artificial na otimização de conversas veio de muita evolução. Ao considerar que a primeira IA surgiu no século 20, é possível compreender seu exponencial crescimento ao longo do tempo, até chegar ao cenário atual.

Há alguns anos, a Inteligência Artificial era inacessível e algumas vezes ineficaz. Agora, ela se mostra à mão, e mesmo as versões mais atuais – embora extremamente

“ De forma resumida, a Inteligência Conversacional é a capacidade das máquinas entenderem e responderem às nossas palavras, seja por meio de texto ou fala. O conceito se refere às tecnologias inteligentes com as quais os usuários podem ter conversas. Ou seja, a interação entre humanos e máquinas. Essa tecnologia tem sido a cereja no bolo de muitas empresas que buscam melhorar a experiência do cliente e otimizar processos internos. ”

positivas – são defasadas em relação ao que se tornará em 1, 2 ou 3 anos, e assim por diante; tamanha exponencialidade de evolução, sempre com melhores resultados e cada vez mais “bebendo” da frente conversacional. Empresas que se tornam conversacionais estão adotando tendências da IA em suas versões mais recentes, e, com isso, acompanharão o crescimento da tecnologia e se manterão sempre atualizadas.

Conheça as três principais tendências de uso da Inteligência Artificial

→ AI Agents

Pilotos automáticos já são uma tendência conhecida no mercado de automóveis. No mercado conversacional, eles são agentes autônomos que irão se proliferar em ritmo acelerado. São capazes de entender o que precisa ser feito, encontrar a melhor solução, executá-la e comunicar o feito.

Essa função emerge num cenário em que a interferência humana nas conversas nem sempre era mais relevante e essencial: 33% dos clientes demonstraram desejo de realizar compras sem intermédio de vendedores. Os agentes de inteligência artificial entram no auxílio às demandas das pessoas. Seus mecanismos de construção de respostas estão sempre evoluindo.



Na Prática



No contexto conversacional, a Blip viu em seu contato inteligente a carência por velocidade na busca por respostas repetitivas por usuários diversos. A partir do lançamento de sua própria solução de AI Agent, implementou em seu contato inteligente e aumentou a resolutividade das demandas do usuário em 579%. Também houve melhoria na propensão de uso do canal, registrando aumento de 181% no número de usuários recorrentes.

→ Copilots

Em acréscimo aos Pilotos Automáticos gerados pelos agentes de IA, que resolvem problemas massivos em nome das pessoas para desonerá-las, os Copilots são agentes responsáveis por auxiliar as pessoas na execução de tarefas específicas.

Eles emergem como tendência devido à facilidade no uso de IA Generativa para interpretar dados e realizar ações em interfaces de Web e Apps. Assim, tem-se pessoas apoiadas por IAs especializadas, e IAs Conversacionais consultadas por essas mesmas pessoas, em tarefas contextualizadas pelo que está na tela.



Na Prática

sim.

Essa foi a solução usada, por exemplo, pela Sim, uma das maiores fintechs do Brasil e parte do Grupo Santander, que oferece soluções financeiras de crédito de maneira desburocratizada, segura e 100% digital. Em dois meses usando o Blip Copilot, a empresa obteve crescimento de 7 pontos percentuais no Customer Satisfaction Score e redução em 55% no tempo médio de atendimento.

→ AI Data Apps

O mercado de APIs já é uma realidade. Poucos produtos digitais nascem sem APIs e sem ligação com alguma nuvem. Da mesma forma, o volume de dados cresce exponencialmente, assim como a capacidade tecnológica de processá-los e extrair conhecimentos que antes estavam apenas na mão de empresas como as Big Techs.

A partir desta frente de IA, cada vez mais veremos apps responsáveis por enriquecer dados (agregar novas informações) e disponibilizá-los para humanos, sistemas e outras aplicações de dados; sempre de forma personalizável. Essas são as chamadas AI Data Apps.



Na Prática

ifood

Para aprimorar o processo de cadastro de novos restaurantes, o iFood contou com a Blip para criar um fluxo de cadastro automatizado de Self

Sign In (Login Automático) no WhatsApp, em que o parceiro tem total autonomia de tempo e melhor experiência mobile. Esse fluxo foi responsável por 26% de conversão diretamente no fluxo automatizado.

Ainda dentro do canal, o iFood sanou a principal dor desses parceiros: a criação de cardápios. Com o uso de AI Data App da Blip atrelada ao chat GPT, a empresa destravou 34,6% dos parceiros que não tinham cardápio para seguir na régua de ativação. A ação inovadora resultou em avaliação de CSAT de 97,60% no atendimento via WhatsApp.

→ Social Listening

Os múltiplos formatos e canais seguem trazendo desafios às empresas. Enquanto a conversa entre público e empresa é facilitada pela inteligência conversacional e pode centralizar diversas demandas, o local onde as pessoas interagem segue existindo tanto para uso pessoal quanto para uso institucional. No contexto de redes, a Inteligência Artificial é aplicada para melhor ouvir o público.

Em uma escuta ampla e em tempo real, o Social Listening é responsável por centralizar as conversas derivadas das redes sociais, avaliações em sites e aplicativos, notícias, CRM e demais canais públicos e privados. Por trás da ferramenta está um mecanismo de IA que entende, resume, prioriza e classifica automaticamente as publicações, proporcionando uma inteligência real de mercado, com relatórios e insights confiáveis. Integrar o Social Listening nas estratégias de marketing e decisões oferece uma vantagem competitiva, permitindo ajustes rápidos e a construção de relacionamentos mais profundos.



Na Prática

ARAÚJO

A Drogeria Araújo, sexta maior rede de farmácias do Brasil, realiza anualmente o Dia Livre de Impostos. Em 2023, a empresa optou por contar com a inteligência conversacional da Blip e a inteligência de Social Listening da Stilingue by Blip. Com ambas as soluções, a empresa conseguiu realizar ofertas específicas de acordo com a demanda manifestada via redes sociais, além de redirecionar o público para compras pelo Contato Inteligente do WhatsApp, ao rastrear reclamações de instabilidades no site. O esforço conjunto dessas tecnologias gerou, em um único dia, as vendas previstas para um mês inteiro.

03

Visão de mercado e empresas sobre Inteligência Conversacional

Existe lógica na construção das estruturas de administração e redirecionamentos de conversas, personalizadas para cada negócio e necessidade. A customização dos fluxos é um exercício de detectar dores e projetar soluções sobre as quais a interface conversacional, em conjunto com o background tecnológico, retornará o sucesso do projetado.

A aplicação de inteligência artificial generativa e conversacional no mecanismo de atendimento torna as interações cada vez mais assertivas e o relacionamento com o mercado positivo e eficaz.

Os dados gerados nessas conversas são registrados para que as empresas retroalimentem sua inteligência e, com isso, consigam melhorar o seu relacionamento com o mercado para diversos fins. É a mídia direta para que consigam escutar, em tempo real, tudo o que seus clientes estão falando sobre seus produtos, campanhas e lançamentos. Esse sistema gera mais engajamento e efetiva vendas, com muita escalabilidade e sempre atualizados.

Conversational Marketing

- 1 Escute
- 2 Aprenda
- 3 Analise
- 4 Influencie

Capture a voz do cliente e entenda com profundidade o que é mencionado em todos os canais conversacionais, públicos e privados.

A partir de tudo que foi capturado, aprenda o que é relevante para ele.

Identifique insights, entenda e antecipe comportamento em real time.

Agora sua marca é capaz de promover engajamento com conteúdo relevante, influenciando no desejo de compra e facilitando a jornada.

Conversational Commerce

- 5 Converse
- 6 Converta

Com conteúdos relevantes, aproxime seus clientes e lidere conversas personalizadas e fluidas.

Promova excelentes experiências de compra de forma simples, fácil e rápida.

Conversational Care

- 7 Fidelize

Transforme clientes em entusiastas da marca a partir de uma conversa infinita.

No universo conversacional, necessidades de Marketing, Vendas e Relacionamento com clientes encontram soluções. Todas elas centralizadas em contatos inteligentes, com background de Inteligência Artificial e as mais avançadas tecnologias anexas. Nessa jornada, cada etapa pode ser atendida por soluções como:

→ Marketing

- Campanhas
- CTX & Entry points
- Social Listening
- Qualificação de leads
- Fluxos automatizados de venda
- Registro
- Venda com suporte humano
- Geolocalização
- Recuperação de carrinho
- Cotação e orçamento

→ Commerce

- Serviço com suporte humano
- Autenticação de usuário
- Self-service
- Gerenciamento de equipe de campo
- Agendamento de instalação
- Onboarding
- Order/service status
- Envio de fatura digital
- Requerimento de fatura digital
- Gerenciamento de faturas
- Negociação de débito
- Serviços críticos
- Alertas e anúncios
- Callback
- Call deflection

→ Care

- Upsell, cross-sell & renewal
- Reversão
- Retenção
- Programas de fidelidade
- Pesquisa de satisfação
- Ativação da base de usuários
- Monetização do público
- Gestão de comunicação interna
- Offboarding

Todas as soluções listadas são comprovadamente associadas ao contexto Conversacional. Cada uma teve sua execução comprovada em algum dos mais de 3.400 diversos cases da Blip, empresa líder em conversas inteligentes, entre marcas e consumidores, nos principais aplicativos de mensagem. Essas são dores familiares dentro de toda empresa, e, quando executadas via

soluções de Inteligência Conversacional, possuem resultados exponencialmente maiores que nos contextos tradicionais.

Não à toa, a busca por inteligência conversacional cresce no Brasil e no mundo, de braços dados com o avanço geral da Inteligência Artificial e da IA generativa.

Conheça as perspectivas do público geral sobre Inteligência Artificial com dados inéditos obtidos via Social Listening

→ O que as pessoas mais falam sobre Inteligência Conversacional

- 86% das publicações foram classificadas como positivas;
- Destas, o principal assunto cita o fato de a Inteligência conversacional ser um ótimo recurso para canais de atendimento ao cliente e vendas;
- As 11% classificadas como negativas falam majoritariamente sobre “alucinações”; geradas em IAs de interface conversacional, como ChatGPT.

→ Dentre os perfis que falam sobre o tema nas redes sociais

- 98% do conteúdo é feito por marcas. Dentre o restante do público geral, 1,5% das publicações são feitas por homens;
- Os segmentos que mais se apropriam dos temas são empresas que trabalham com atendimento ao cliente e vendas.

→ Dentre os perfis que falam sobre o tema nas redes sociais

- 84% das publicações foram feitas por marcas;
- 13% por homens e 4% por mulheres;
- Os segmentos que mais se apropriam do temas são empresas de mídia, educação, imprensa e marcas de tecnologia.

→ Ao ampliar para Inteligência Artificial Generativa o cenário é

- 75% das publicações sobre o assunto estão em portais de notícias e blogs, o que figura o protagonismo de empresas no montante. Fora disso, 11% vêm do Twitter, 4,6% do Facebook e 4,4% do Youtube;
- 67% das publicações foram classificadas como positivas;
- Dentre os perfis que falam sobre o tema nas redes sociais:
 - Destas, os temas recorrentes são: sobre os setores que têm aplicado IA Generativa (indústria da música a advocacia); como aplicar a tecnologia na administração de empresas; e como a Gen AI melhora a produtividade e eficiência dentro de empresas;
 - 26% das publicações foram classificadas como negativas e falam sobre a privacidade dos usuários.

Este cenário indica que existe uma grande oportunidade para as empresas correlacionarem seus negócios e marcas ao tema de inteligência artificial conversacional. Para tanto, devem trabalhar suas estratégias de uso da tecnologia, apropriando o uso em suas operações e promovendo as iniciativas junto a seus públicos de relacionamento.

Sejam relacionamentos B2B ou B2C, o fato é que a inteligência conversacional beneficia o usuário de diversas formas, despertando cada vez mais o interesse de toda a sociedade. Não à toa, as soluções conversacionais em diversos casos extrapolam a jornada de compra e consumo, e podem ser aplicadas para solucionar problemas de outros públicos, como colaboradores, fornecedores e distribuidores.

O mercado se beneficia da Inteligência Conversacional em diversas frentes. São múltiplas jornadas, todas atendidas de ponta a ponta.

04

O Universo Conversacional é uma realidade com IA

Quem imagina que somente a automação integrada com inteligência artificial resolverá as demandas para seus negócios, está se enganando...

Os relacionamentos das empresas com a sociedade estão no centro das atenções. Sistemas integrados de campanhas de marketing, capazes de medir os impactos e aferir resultados, eram necessários para lidar com a complexa fragmentação de mídia, proliferação junto aos consumidores e as eventuais barreiras de acesso. Porém, esse cenário não é mais o mesmo.

As diversas realidades despertadas pelo universo conversacional torna tangível o avanço das tecnologias de inteligência artificial: se há anos a IA era inviável e inalcançável, agora, se tornam acessível por meio de empresas especializadas.

A Blip, principal plataforma de inteligência conversacional que cria conversas e conecta experiências entre marcas e seus clientes nos principais aplicativos de mensagem, abraça em sua plataforma diversas soluções de automação e inteligência artificial.



Roberto Oliveira

Co-fundador e CEO da Blip.

“ Hoje, cada interação do consumidor se transforma em uma conversa, cada conversa se transforma em um relacionamento e assim ajudamos as marcas a entregar uma experiência excepcional durante toda a jornada do consumidor, desde o atendimento, engajamento, vendas até o pós atendimento ”

Ofertas únicas ao mercado, com a estruturação tecnológica para soluções personalizadas de inteligência conversacional, tudo em um Blip

- **Mais de 25 anos de mercado** auxiliando empresas a se conectarem com seu público, independente da plataforma de seu tempo;
- Mais de **3.400 clientes** em mais de **33 países**;
- **A empresa tem ajudado quase 4.000 empresas** como Dell, GM, Itaú Unibanco, Coca-Cola, Stellantis, Claro, Nespresso, Banco PAN e outras a vender, engajar e se relacionar com os consumidores em canais digitais; **Está em consonância com todas as diretrizes de segurança e privacidade** pautadas pelo mercado quando o tema é tecnologia e Inteligência Artificial, como os critérios previstos na certificação ISO 27001.

Entre no Universo Conversacional



VAMOS
CONVERSAR

SEU RELACIONAMENTO
COM O MERCADO PREVÊ
CONVERSAS INTELIGENTES
COM USO DE IA?

Powered By  blip