



OPINIÃO

A Inteligência Artificial no varejo

Felipe Samy (*)

Estamos chegando em 2020, e muito antes de entrarmos no “ano do futuro”, a Inteligência Artificial (IA) já havia se tornado uma realidade cada vez mais presente no dia a dia das pessoas

Com foco no consumidor, essa tecnologia tem ajudado empresas dos mais diferentes segmentos a entender e antecipar o comportamento e os desejos do cliente. Os carros ainda não estão voando, mas a inovação tecnológica mudou completamente muitos dos nossos hábitos. Afinal, hoje, pouquíssimas pessoas conseguem viver sem um smartphone do lado, não é mesmo?

O mobile tem sido peça-chave no relacionamento das marcas com o consumidor. Posso apostar que depois do WhatsApp você começou a mandar mais mensagens de texto. Esse é um bom exemplo de como o comportamento do consumidor muda de acordo com a evolução da tecnologia. A IA transformou a jornada de compra do cliente e no varejo, e essas mudanças acabam impactando diretamente as vendas. Em 2018, 70% dos consumidores já estavam utilizando IA na busca por produtos e serviços, segundo especialistas.

Hoje, 95% dos consumidores pesquisam online antes de decidir em qual loja física comprar; 87% deles checam online se a loja física possui o produto que querem adquirir; e 94% do dinheiro ainda é gasto em lojas físicas, segundo dados do Google. Por isso, a presença online é tão importante para as empresas, independente do tamanho. O seu negócio precisa aparecer nas buscas do potencial cliente.

O uso da IA para direcionar a pesquisa online já se tornou natural na jornada de compra. Ainda segundo o Google, nos últimos anos houve um aumento significativo nas buscas pelo termo “perto de mim” - algo em torno de 70%. Já entre 2015 e 2017, as buscas mobile por “aberto” + “agora” + “perto de mim”, cresceram mais de 200%.

Seja um pequeno comércio de bairro ou uma gigante em seu segmento, todos os negócios do setor precisam se adaptar às transformações digitais para não perder as vendas. Se antes o consumidor já exigia relevância e imediatismo nas buscas, hoje, ele está cada vez menos disposto a esperar e, principalmente, a perder tempo. O uso de algoritmos de IA pelas empresas está se tornando um ingrediente essencial na receita de um resultado satisfatório.

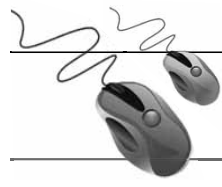
O potencial cliente precisa encontrar o produto que deseja em uma busca rápida no Google e, mais do que isso, encontrá-lo independentemente de onde ele esteja. Com essa tecnologia, é possível orientar o neoconsumidor sobre o que comprar e onde comprar. É de extrema importância educar o pequeno varejista sobre a relevância do digital para o negócio para que não fique parado no tempo.

- Disponibilize seu catálogo de produtos em seu site (mantenha atualizado);
- Tenha iniciativas de campanhas regionalizadas em redes sociais;
- Mostre aos consumidores onde comprar os seus produtos (lançamentos);
- Valorize seus parceiros comerciais, principalmente os distribuidores que atendem o varejo de vizinhança.

Com o uso de um localizador de produtos que utiliza IA, é possível favorecer o varejo nas duas pontas: melhorando a experiência do cliente online-to-offline e ajudando as empresas no lançamento de produtos, engajamento com consumidores, prospecção e análise de mercado, além de direcionar o investimento em campanhas de forma mais assertiva, tornando as ações de lançamento até 30% mais eficientes.

Ferramenta como o Google My Business tem esse foco e vem ajudando muito no crescimento online do varejo de vizinhança. Hoje, quem facilita o processo de compra ganha a preferência dos clientes.

(*) - É CMO da Gofind.



Ciência e Tecnologia

ricardosouza@netjen.com.br

Os benefícios da transformação digital na gestão das cidades

A tecnologia é geralmente definida como o desenvolvimento de técnicas, ferramentas ou sistemas

Gustavo Perez (*)

Nesse sentido, é fácil entender que inovações tecnológicas e gestão pública deveriam caminhar lado a lado. Com o crescimento contínuo do número de dispositivos conectados no mundo, no entanto, esse potencial fica ainda mais evidente. Mas como, afinal, as cidades podem se beneficiar da transformação digital e da evolução dos serviços de TI?

O primeiro ganho, certamente, é a redução de custos. De acordo com o Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, a adoção de processos de digitalização pode gerar a redução de até 97% nos custos de atendimento do setor público. No cenário atual, com as administrações governamentais cercadas pelas demandas de contenção de gastos, a aplicação de novas tecnologias se apresenta, portanto, como um caminho prático para diminuir as despesas.

Ao mesmo tempo, a transformação digital pode ser uma aliada eficaz para oferecer mais comodidade à população. Levantamento do governo federal indica que, hoje, os cidadãos compõem cerca de 20% do total de usuários dos serviços públicos digitais, ficando atrás apenas das empresas privadas, com 22%. Esse dado revela a existência de uma enorme demanda represada na oferta de aplicações e sistemas que podem tornar o relacionamento entre as pessoas e o poder público menos burocrático e mais ágil.

Embora o setor público de forma geral esteja empenhando esforços para aumentar o uso de tecnologia, é fato que as prefeituras ainda precisam percorrer um longo caminho nesse sentido. E os governos municipais são os que mais têm a ganhar com a transformação digital, já que são responsáveis pela maior parte dos serviços utilizados pelos cidadãos em seu cotidiano em áreas essenciais como saúde, educação e arrecadação de impostos, entre outras.

Uma das principais vantagens para as prefeituras ao investir na modernização e digitalização, sem dúvida, é a automação de processos. Ao utilizar sistemas baseados em conceitos como Inteligência Artificial, Big Data, Analytics e Machine Learning, os municípios podem agregar mais agilidade e eficiência à prestação de serviços, reduzindo a ocorrência de erros em processos de



IT Forum 365

solicitação de documentos e maximizando o acesso às informações dos portais de transparência pública. Outras áreas com grande potencial para inovações são as iniciativas de Mobilidade Urbana e Segurança, com a disseminação de sistemas de monitoramento de vias e envio de alertas e notificações aos usuários.

Porém, o maior exemplo de como esse trabalho pode gerar valor de forma constante está nas ações ligadas à área da Saúde, considerada prioritária pela maior parte dos brasileiros. Com o uso de aplicativos, dezenas de cidades ao redor do País já conseguem reduzir as filas para consultas e procedimentos cirúrgicos por meio da gestão inteligente e automatizada de informações. Esses municípios também passaram a oferecer mais comodidade aos cidadãos ao disponibilizar, em ambiente online, acesso a resultados de exames médicos e ao agendamento de procedimentos, eliminando a necessidade de comparecimento às unidades de Saúde.

Esses avanços contribuem para o aumento do bem-estar e da satisfação dos munícipes, ao mesmo tempo em que geram significativa economia às prefeituras. Segundo dados do documento “Estratégia Brasileira para a Transformação Digital”, do governo federal, cada atendimento presencial custa, em média, cerca de R\$ 50 aos cofres públicos, enquanto os serviços digitais chegam a custar menos de R\$ 2.

À medida que as inovações tecnológicas se consolidam no mercado, mais governos estão sendo levados a também buscarem meios de transformar seus ativos. Vale frisar, inclusive, que as prefeituras não devem esperar as iniciativas estaduais e federais para se preparem a nova realidade global. Ao contrário, os gestores municipais devem entender a adoção de serviços digitais como uma oportunidade dupla: em primeiro lugar, é uma chance de aproximar a administração da população, antecedendo e simplificando a oferta de serviços às pessoas; além disso, a adoção de TI avançada pode significar uma extensa e profunda economia de recursos, algo extraordinariamente importante atualmente.

O desafio para as prefeituras, porém, é concretizar uma estratégia eficiente de transformação digital com o menor impacto possível à continuidade de seus serviços. Para isso, é aconselhável que os municípios contem com parceiros e oportunidades que tornem a jornada de digitalização mais econômica, viável e ágil.

Seja como for, a criação de cidades digitais é um caminho sem volta. As prefeituras terão de se adaptar a este mundo e o melhor é que façam esse movimento o quanto antes. Existem inúmeras possibilidades, mas deixar o tempo passar, sem dúvida, não é a melhor opção. É hora de agir e inovar.

(*) É Diretor Executivo da MTM Tecnologia.

BLACK FRIDAY: COMO OS VAREJISTAS PODEM SE PRIVAR DO SEQUESTRO DE ESTOQUE

Vários consumidores já estão se planejando para a Black Friday, a maior data promocional do varejo. Segundo o relatório Webshoppers da E-bit, a data foi responsável por 4,9% do faturamento total do e-commerce em 2018, registrando R\$ 2,6 bilhões, com ticket médio de R\$ 608,00. No entanto, o que era para ser uma oportunidade das pessoas adquirirem produtos com preços mais acessíveis, acaba sendo também uma ocasião favorável para os fraudadores.

Segundo Ralf Germer, CEO da PagBrasil - fintech brasileira líder no processamento de pagamentos para e-commerce ao redor do mundo - empresários que têm lojas virtuais estão suscetíveis a um golpe chamado de “sequestro de estoque”, realizado a partir de compras com boleto bancário. “A prática acontece quando um concorrente, no intuito de prejudicar as vendas de um outro e-commerce, compra uma grande quantidade de produtos no boleto, mas não faz o pagamento. Dessa forma, o estoque fica retido em um período de alta sazonalidade e o negócio deixa de ganhar”, explica.

Uma das formas dos comerciantes protegerem seus e-commerces dessa fraude, é incluir novos meios de pagamento na sua plataforma, optando por soluções que



comprovem que a compra foi realmente feita por uma pessoa de boa fé. “Recomendamos o uso do Boleto Flash®, único que comprova o pagamento em menos de uma hora. Assim, o estoque é liberado rapidamente e o empresário não fica na mão. Além disso, o lojista tem flexibilidade na hora de definir a data de vencimento do boleto, estendendo o prazo quando necessário”, conta Germer.

Outra maneira dos lojistas se protegerem contra esse golpe é utilizar soluções antifraude para analisar o risco das transações via

boleto bancário também. Mas, por se tratar de um golpe muito específico, e diferente da fraude considerada clássica, como clonagem de cartão, os modelos de risco são diferentes. “Por isso, nosso sistema coleta mais de 2 mil variáveis sobre um único pedido, inclusive algumas delas são específicas para detectar o risco em pedidos de boleto bancário. Com isso, os lojistas podem se preocupar em vender bastante nessa época do ano”, afirma Tom Canabarro, co-fundador da Konduto, antifraude para pagamentos online.

Até sexta-feira para se inscrever nas sessões de pitching da SP Play Week

As startups do setor de gamificação interessadas em participar do Pitch for Change, sessões de pitching (apresentações rápidas, executivas e vendedoras) que fazem parte do VII Festival Games

for Change América Latina, precisam ficar atentas ao calendário. Termina nesta sexta-feira, dia 15 de novembro, o prazo para preencher o formulário de inscrição online. A rodada de pitching

será acompanhada e validada por investidores e patrocinadores com interesse em associar suas marcas a projetos de inclusão e transformação (<https://bit.ly/2pbm51V>).

News @TI

Looke e Stenna anunciam nova parceria

Looke e Stenna Media Consulting anunciaram uma nova parceria em que a empresa multinacional passará a fazer com exclusividade a representação comercial do serviço brasileiro de streaming para ISP's (pequenos, médios e grandes provedores de banda larga que operam em cidades que não são atendidas pelas grandes operadoras de cabo e telefonia.) O objetivo central dessa parceria é ampliar o alcance da plataforma de filmes e séries por todo o país, atingindo até as cidades mais remotas (<https://www.looke.com.br/>).

E-commerce carioca de moda fitness é vencedor do Prêmio Época Negócios | Reclame Aqui 2019

Na semana passada, rolou o Prêmio Época Negócios | Reclame Aqui - As Melhores Empresas para o Consumidor 2019, que consagrou a Honey Be (www.honeybe.com.br) uma das vencedoras. Na disputa, também estavam grandes marcas do varejo online, como Amaro, Nike e Marisa. A maior premiação de atendimento do Brasil existe há nove anos e, pela primeira vez, foi realizada em parceria com a Época Negócios. Nesta edição, a Honey Be recebeu o prêmio especial de CEO RA 1000, categoria que contempla o CEO que demonstrou maior engajamento com sua equipe de atendimento. A marca responde, por mês, mais de 3 mil dúvidas de clientes, o que rendeu a ela um de seus grandes diferenciais: grau de satisfação com nota 9.4 no site Reclame Aqui - ferramenta em que usuários podem reclamar sobre compras e serviços, entre outros.

Mais de 80% dos pequenos lojistas virtuais irão participar da Black Friday 2019

Não são apenas os consumidores que esperam ansiosamente pela data em que podem fazer compras com desconto de até 90% sobre o valor da etiqueta. De acordo com levantamento exclusivo da Loja Integrada (www.lojaintegrada.com.br), plataforma gratuita para a criação de lojas virtuais com mais de um milhão de unidades criadas, cerca de 80,4% dos lojistas entrevistados pretendem participar da Black Friday em 2019 - muitos pela primeira vez.