

OPINIÃO

Robôs não precisam ser humanos, mas resolver o problema

Leandro Costa Schmitz (*)

A construção de fluxos adequados à jornada do cliente, somados com cognição, trazem os melhores resultados

A velocidade da evolução da tecnologia de entendimento e processamento de linguagem natural e de algoritmos de inteligência artificial, está conduzindo à criação de agentes digitais, dentre eles os chatbots, com comportamentos cada vez mais parecidos com os humanos. No último ano, essa tendência culminou com a apresentação do Google Duplex, em que um usuário pede que o assistente de voz marque um horário no cabeleireiro.

O bot faz uma ligação e realiza o agendamento sem que a pessoa, do outro lado da linha, perceba que está falando com um robô. A demonstração é impressionante, mas ao mesmo tempo é muito eloquente no sentido de levar a reflexão do papel dos robôs, de voz ou de texto, na gestão de relacionamentos entre empresas e clientes. A tecnologia deve estar a serviço da melhor experiência do cliente, atuando da forma mais efetiva e consistente possível para que ele consiga atingir o objetivo de sua interação.

A preocupação é resolver o problema, de forma ágil. Os melhores resultados são obtidos com soluções que integram tecnologias com atendimento humano, sempre que necessário ou demandado pelo cliente. Portanto, os bots não precisam possuir comportamento humano. Não necessitam conversar sobre futebol ou assuntos aleatórios. A demanda é por solucionar a questão que levou o cliente a iniciar a interação.

A vantagem do chatbot é guiar o cliente pelo fluxo ótimo para a resolução de seu problema, com possibilidade de que dúvidas sejam sanadas ao longo do caminho. Na maior parte dos casos, a construção de fluxos adequados à jornada do cliente, somados com cognição, trazem os melhores resultados. Ou seja, o cliente é conduzido para que se cumpra seu objetivo de forma rápida e, ao mesmo tempo, pode sair desse fluxo e interagir de forma

mais aberta.

Um chatbot bem construído deve ser capaz de resolver mais de 70% dos questionamentos ou problemas na primeira interação. Mas, para a melhor evolução, os chatbots devem ser acompanhados por uma área de curadoria, que identifica oportunidades de ampliação e melhoria dos fluxos. Com o tempo, curadoria e aprendizado, o percentual de resolução chega a mais de 90% ou 95% dos casos.

Assim, os robôs precisam ser treinados para evoluir a experiência que fornecem aos clientes. Quanto maior a experiência acumulada de um chatbot, maior será sua assertividade. Com o tempo a empresa acumula um ativo tecnológico importante, que é sua proficiência no entendimento em determinados contextos.

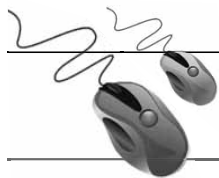
Os consumidores estão conectados e a utilização de chatbots é uma forma natural para procurar atendimento.

Não é comum encontrar resistência em sua utilização, porém entende-se que diferentes canais são mais aderentes a determinado tipo de perfil. Há uma tendência em tentar explicar que os consumidores da geração Y têm preferência pelos canais digitais, enquanto baby boomers e clientes da geração X preferem o canal de voz. Mas, a verdade é que o melhor caminho é oferecer diferentes abordagens e canais de atendimento, para que o cliente escolha aquela de sua preferência.

Cada vez mais a tendência é que a gestão e treinamento dos chatbots migre de equipes de desenvolvimento de sistemas para próximo dos responsáveis pelo atendimento e relacionamento com clientes. São eles que possuem as informações mais valiosas para realizar as evoluções necessárias, seja por meio de alterações de fraseologia, ou pela criação ou mudança nos fluxos.

A incorporação de soluções de analytics e big data permitirá a crescente personalização das interações de chatbots, inicialmente com clusters de clientes e até a individualização do atendimento.

(*) - É Superintendente de Inovação da Flex Relacionamento Inteligentes.



Ciência e Tecnologia

ricardosouza@netjen.com.br

Inteligência Artificial como aliada dos processos de Recrutamento e Seleção

Quem nunca se sentiu tentado a contar uma mentira durante uma entrevista de emprego, mesmo que pequena, para 'complementar' alguma qualidade que o recrutador esteja procurando?

Wagner Santos (*)

Por mais que não seja recomendável, mentir é um ato comum nessas horas. Cerca de 42% das pessoas o fazem nos currículos, segundo pesquisa realizada por uma empresa de recrutamento global. Mas essa prática, tão recorrente, pode estar com os dias contados.

Com a chegada da Transformação Digital às áreas de RH, os recrutadores ganharam ferramentas baseadas em Inteligência Artificial (IA), capazes de ajudar a avaliar o comportamento e as emoções dos candidatos, a partir de leitura facial e corporal, e assim identificar situações e emoções que tentamos esconder, como no caso de aflição, hesitação, insegurança, ansiedade, medo ou descontentamento, por exemplo. Essa tecnologia permite aos gestores detectar algo que possa colocar em dúvida uma afirmação ou dado fornecido durante a entrevista, para checagem posterior.

Muitas empresas já têm aplicado a IA no recrutamento e seleção, para, por exemplo, gravar as entrevistas e depois analisar as expressões faciais e corporais, com base em um banco de dados com milhões de imagens, como postura, movimento das mãos, dos olhos, da boca etc. Essa tecnologia identifica cada microexpressão na face e nos gestos da pessoa, e indica a emoção correspondente, com um percentual de confiabilidade que pode chegar a até 85%.

Dessa forma, a seleção dos melhores candidatos se torna mais assertiva, e no caso das empresas de grande porte, que realizam processos de contratação com grande número de pessoas, e algumas vezes em mais de uma localidade -, ajuda



RH na Medida

atê a agilizar a análise dos pretendentes às vagas disponibilizadas, pois, uma vez que as entrevistas são gravadas, é possível criar um script de perguntas, e enviá-las para os candidatos, para que eles próprios façam a gravação, de onde estiverem, eliminando encontros presenciais, filas de espera, translocação etc. O próprio software inteligente se encarrega de fazer e entregar as avaliações das emoções.

Contudo, não pense que a IA irá substituir todos as etapas dos processos seletivos de RH. Apesar de ser uma ferramenta extremamente eficaz para que os gestores encontrem mais rápido os candidatos que tenham o perfil desejado para aquela vaga, a inteligência artificial ainda é capaz de somente realizar algumas atividades do processo de contratação, da automatização de procedimentos básicos, como

organização e armazenamento de dados dos candidatos, classificação e indicação automática dos melhores profissionais, envio de respostas automáticas aos candidatos através de bots, até a avaliação das emoções e comportamentos das entrevistas gravadas. Porém, a avaliação humana, proveniente da interação entre um profissional qualificado e o candidato, ainda está longe de ser substituída.

Mas mesmo que ainda esteja em desenvolvimento, soluções de recrutamento e seleção dotadas de IA são um caminho sem volta para aumentar a eficiência das áreas de RH, que se tornaram estratégicas para as empresas estruturarem ambientes de trabalho mais produtivos e com equipes mais engajadas.

(*) É COO do Compleo

Ainda há espaço para profissionais de Agilidade no mercado?

Objetivamente: Sim, há uma imensa procura por profissionais especialistas em metodologias ágeis. Entretanto, com demandas cada vez mais formalizadas e pasteurizadas sobre o papel, torna-se ainda mais importante entender para onde está seguindo a atuação e o direcionamento desse mercado, evitando riscos futuros. Nos dias atuais, cada empresa formaliza a posição com um nome diferente, não existindo um consenso sobre qual a atuação real destes profissionais: muitos se tornam coordenadores de projeto modernos, ou ainda facilitadores de cerimônias. Eu acredito que é o momento de ressignificar sua atuação, e posicionar o mercado para um futuro diferente.

Fomos inundados no mercado de tecnologia com termos, processos, práticas e metodologias ágeis, com a promessa de que bastaria seguir os guias e fórmulas mágicas que qualquer empresa poderia atuar de forma ágil alcançando ganhos de performance, eficiência de projetos e resultados superiores de negócio. Profissionais especialistas e certificados se tornaram o foco de grandes empresas que entram em processos de transformação - aprender a usar os métodos, treinar times, escalar o uso. De certa forma, a essência de uma atuação de melhoria contínua, adaptabilidade e maestria foram substituídas por grandes frameworks prescritivos e metodologias reproduzíveis, simplificando a entrada de novos profissionais, ao mesmo tempo em que respondem à crescente demanda de vagas, num processo natural em nosso mercado.

Quando olhamos para o que lideranças mundiais em Agilidade estão produzindo, vemos um posicionamento comum: a retomada da discussão sobre princípios e valores, o foco no contexto de atuação acima de fórmulas prontas, experimentação e adaptabilidade no centro da organização, o caminho da maestria através do aprendizado constante e o forte respeito



às pessoas. Heart of Agile, Modern Agile, DaD, Agile Fluency e Bossa Nova são algumas das abordagens que tem se distanciado do mais tradicional de agilidade - executar cerimônias com os times, padronizar atuações em escala, garantir a atuação dos especialistas em métodos acima dos especialistas em negócio. Já vemos indícios de novos mecanismos de trabalho surgindo, e questionando inclusive a premissa de que para ser ágil, um time precisa ter um profissional especialista em agilidade.

A velocidade com que novas abordagens de negócio e gestão surgem, cria grandes desafios para estes profissionais: não é mais possível desassociar Processo e Negócio dentro de um time, e Agilidade nos times não significa agilidade no negócio. A otimização de processos dos times de entrega - independentemente do tamanho da organização - nunca será suficiente para transformar uma empresa para uma nova realidade. Alinhamento das múltiplas realidades dentro da organização (Estratégia, Governança, Execução) é o único caminho. Não é possível alcançar os patamares de crescimento atuais sem que toda a organização mude para uma nova realidade.

Profissionais de agilidade precisam, sendo assim, estar mais próximos das discussões que atualmente trazem o maior diferencial para as organizações: como alinhar todo o trabalho à expectativa do

negócio. Sem conhecer processos de experimentação, priorização e estratégia, este profissional não consegue vencer a barreira da Governança organizacional, ou ainda propor mudanças fundamentais para eficácia das organizações. No princípio, nossa discussão sobre agilidade é sobre viabilizar times auto gerenciáveis, e a posição dos agilistas (ou coaches, scrum masters, etc) seria temporária, uma vez que os próprios times aprenderiam a executar todas as práticas. O papel sempre foi sobre trazer o alinhamento e facilitar os times para que eles atuassem sozinhos. Precisamos retomar esse modelo.

Muitas organizações e equipes ainda precisam do trabalho destes profissionais, e acredito que tão cedo não veremos a demanda diminuir. Visão, alinhamento e facilitação continuam sendo skills importantíssimas para o perfil de especialista em agilidade. Mas acredito que está na hora de focarmos ainda mais em viabilizar que organizações aprendam e evoluam em seus contextos através da experimentação e melhoria contínua, cada vez mais importantes no nosso contexto atual.

(Fonte: Victor Hugo Germano é Cientista da Computação com especializações em Gestão de Tecnologia e Marketing, trabalhando com Metodologias Ágeis desde 2005, no Brasil e exterior. Palestrante internacional, Germano é uma das lideranças na área, atuando no Board de Diretores da Agile Alliance, organização global de promoção de metodologias ágeis desde 2016, suportando evento e comunidades em diversos países).

News @TI

Fintech social nasce para reduzir as contas dos brasileiros

A fintech social Parcela Mais Baixa chega ao mercado e nasce com o propósito de ajudar brasileiros a reduzirem seus valores de gastos mensais em serviços como: internet, telefonia, empréstimos e financiamentos. Hoje a maior causa do gasto excessivo dos brasileiros se dá por falta de conhecimento sobre as ofertas de mercado, baixo entendimento sobre propostas de concorrentes e o tempo excessivo gasto com telemarketing para qualquer alteração de plano e cancelamento de contrato. Pensando nisso, a plataforma irá solucionar esses problemas com uma mensagem de Whatsapp ou e-mail.

Embratel lança nova plataforma para gerenciamento de dispositivos de Internet das Coisas

A Embratel lança esta semana o Command Center, uma plataforma de gerenciamento de dispositivos de Internet das Coisas (IoT) para o mercado corporativo. A solução deve aumentar muito a performance das empresas no gerenciamento de seu negócio e destaca-se por fornecer maior autonomia e automação no controle de dispositivos instalados em veículos, máquinas industriais, equipamentos de rede elétrica e diversos outros em tempo real. "O Command Center Embratel torna a operação de Internet das Coisas das empresas muito mais eficiente e automatizada, ajudando na análise de como os aparelhos estão funcionando e como estão transmitindo dados", afirma Elisabete Couto, Diretora de Soluções IoT da Embratel. Com mais de 45 funcionalidades, o Command Center foi desenvolvido valorizando o conceito de user experience. Mesmo sendo uma plataforma robusta para gerenciamento da conectividade de dispositivos M2M e IoT, é de fácil uso e orientada para tornar nossos clientes muito mais competitivos. Para facilitar a gestão, a Embratel desenvolveu interfaces totalmente intuitivas, com navegação simplificada e rápida (www.embratel.com.br).