



AndreyPopov\_CANVA

BIG DATA

## COMO A IA ANTECIPA O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Vivemos em uma era em que cada clique, toque ou movimento digital se transforma em dado. Seja ao assistir a um filme na Netflix, enviar uma mensagem no WhatsApp ou apenas caminhar com o celular no bolso, estamos constantemente gerando informações.

Vinicius Bisineli Gonçalves (\*)

Mas o que as empresas fazem com todos esses dados? Como isso afeta — e melhora — a forma como nos relacionamos com marcas e serviços? A resposta está na combinação entre Big Data e Inteligência Artificial (IA).

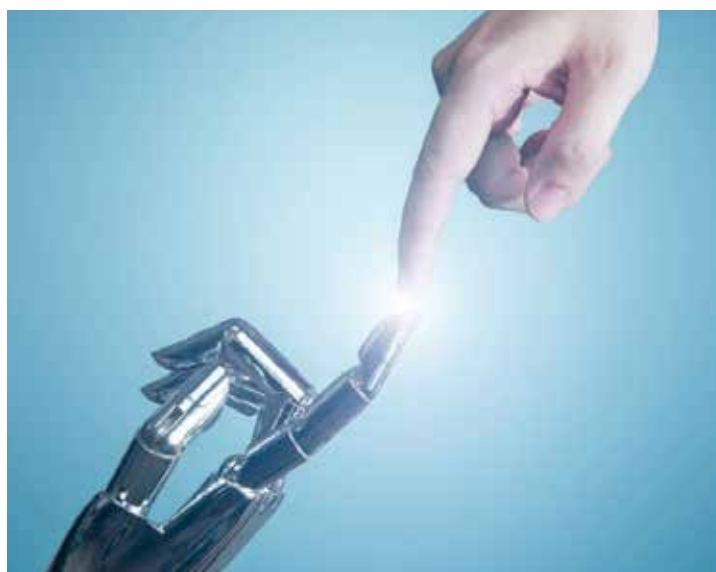
### O que é Big Data e por que ele é tão importante?

De maneira simples, Big Data é a capacidade de lidar com grandes volumes de informações que são geradas de forma rápida, variada e desestruturada. Para ilustrar, imagine uma biblioteca com um bilhão de livros. Para encontrar o título certo na hora certa, é preciso organizar, classificar, catalogar. O mesmo acontece com os dados: precisamos estruturá-los para que possam ser úteis.

Esses dados vêm de várias fontes — redes sociais, e-commerces, CRMs, sensores, aplicativos — e nem sempre fazem sentido imediatamente. Mas o verdadeiro poder do Big Data está justamente na sua capacidade de antecipar. Um dado aparentemente irrelevante hoje pode ser essencial amanhã para entender o comportamento de um consumidor.

Um exemplo clássico da eficácia do Big Data aconteceu em 2012, com a rede de supermercados Target, nos Estados Unidos. A empresa começou a enviar folhetos com produtos para bebês para uma adolescente. O pai, indignado, reclamou com a loja. Pouco tempo depois, descobriu que a filha realmente estava grávida. A empresa havia cruzado os padrões de comportamento da cliente com dados de milhares de consumidores e detectado mudanças sutis em suas compras que indicavam a gravidez — antes mesmo que ela contasse para a família.

Esse caso real mostra como os dados, quando bem organizados e analisados, têm o poder de prever comportamentos com precisão.



zhuyuang\_CANVA

### Dos dados à inteligência: a jornada da informação

A coleta de dados por si só não transforma nada. O que muda o jogo do atendimento ao cliente é a análise inteligente dessas informações. E é aí que entra a Inteligência Artificial.

Antes de prever o futuro, a IA precisa entender o passado. Esse processo começa com a análise descritiva, que observa tudo que já aconteceu: cliques, interações, palavras usadas em mensagens, histórico de compras. Plataformas como a Netflix, por exemplo, rastreiam onde você parou um filme, em qual categoria navega mais, ou até se moveu o mouse sobre determinado título sem dar play. Esses pequenos sinais ajudam a entender suas preferências.

A partir daí, entramos na análise preditiva — quando a IA, com base em dados históricos, começa a prever o próximo passo do cliente: o que ele vai buscar, comprar ou perguntar.

Para que tudo isso funcione, é fundamental que os dados atendam a cinco critérios principais, conhecidos como os 5 V's do Big Data:

**Volume** — é necessário ter uma grande quantidade de dados. Quanto mais registros, mais assertiva será a IA. Um cliente que interage mil vezes com uma plataforma fornece muito mais informações para análise do que alguém que interagiu apenas uma vez.

**Variedade** — é importante ter diferentes tipos de dados: texto, voz, localização, preferências visuais. Não adianta ter um milhão de informações sobre um único comportamento.

**Velocidade** — a IA precisa processar os dados em milésimos de segundo para oferecer respostas em tempo real. Isso é importante, por exemplo, no atendimento via chatbots, onde a primeira frase dita por um cliente pode determinar toda a estratégia de resposta.

**Veracidade** — os dados precisam ser confiáveis. Fontes imprecisas podem comprometer toda a tomada de decisão.

**Valor** — não basta coletar tudo: é preciso avaliar se aquele dado realmente contribui para alguma decisão. Um exemplo: se um cliente acessa o chat e informa que está “com pressa”, essa pequena frase pode ser um gatilho para a IA priorizar respostas objetivas e oferecer soluções mais diretas, reduzindo etapas no fluxo. Por outro lado, um cliente que inicia a conversa com perguntas detalhadas pode estar buscando mais explicações e receber um atendimento mais consultivo. Tudo depende do contexto e da análise.

### IA na prática: o que já acontece hoje

Hoje, a IA é capaz de identificar o humor de um cliente pela forma como ele passa uma mensagem. Se começa com “Oi” ou “Olá”, isso já pode indicar um padrão de comportamento baseado em milhares de interações anteriores. Ao cruzar essas nuances com dados históricos, a IA permite que as marcas ajustem o tom, a abordagem e até a complexidade da resposta — o que melhora a percepção de cuidado e empatia no atendimento ao cliente.

E os benefícios não param por aí. Quando os dados são bem utilizados, a IA consegue:

- Reduzir o tempo de espera ao antecipar as dúvidas mais comuns;
- Direcionar automaticamente o cliente para o canal mais adequado ao seu perfil ou problema;
- Adaptar a linguagem e a jornada com base em localização, histórico e preferências individuais;
- Detectar anomalias (os chamados outliers) que indicam experiências fora do padrão e exigem atenção especial.
- Outro exemplo é o uso da geolocalização: um cliente do Nordeste pode ter hábitos e preferências diferentes de um cliente do Sul, e a IA pode ajustar a comunicação com base nisso — seja no vocabulário, nos produtos ofertados ou no horário ideal de envio de mensagens.

É importante entender que IA não é apenas sobre automação. Quando bem aplicada e com o uso de dados, ela torna a experiência do cliente mais personalizada, fluida e humanizada. Afinal, ser bem atendido não é apenas receber uma resposta rápida, mas sim sentir que a empresa te conhece, entende suas necessidades e está pronta para ajudar antes mesmo que você precise pedir.

Em um cenário onde dados são o segredo do atendimento ao cliente, quem souber refiná-los com inteligência e empatia estará sempre à frente.

(\*) Engenheiro de Dados do Grupo Ótima Digital.



levonigei\_CANVA