

Evento: O impacto da IA nas profissões

Inovações, Desafios e Perspectivas

Palestra: Aplicação da IA no Marketing

George Leal Jamil

Apresentação Curricular

- Engenheiro Eletricista, Mestre em Ciência da Computação, Doutor em Ciência da Informação
- Pós-doutor pela Universidade do Porto, Portugal, 2014, Inteligência de Mercado.
- Pós-doutor pela Universidad Politecnica de Cartagena, 2018, Empreendedorismo
- Professor de graduação, pós-graduação lato e stricto-sensu (mais de vinte anos nesta instituição)
- Consultor empresarial
- Autor e Editor de livros no Brasil, Portugal e EUA, mais de trinta e cinco livros publicados.
- Atuante no ecossistema de startups e inovação



o que está acontecendo no norte do país?

Mostrar rascunhos

Para te fornecer informações mais precisas sobre o que está acontecendo no Norte do país, preciso de mais contexto. Você poderia me dizer:

- **Qual país você está se referindo?** O "Norte" pode ter diferentes significados dependendo do país.
- **Qual área específica do Norte você está interessado?** O Norte pode ser dividido em várias regiões, cada uma com suas próprias particularidades.
- **Que tipo de informações você busca?** Notícias, eventos, clima, economia, política?

Enquanto isso, posso te dar algumas dicas de onde encontrar informações atualizadas:

- **Sites de notícias:** A maioria dos grandes portais de notícias possui seções dedicadas à região Norte. Você pode encontrar notícias sobre diversos temas, como política, economia, sociedade e meio ambiente.
- **Governo:** Os governos estaduais e municipais da região Norte costumam divulgar informações sobre projetos, políticas públicas e eventos locais.
- **Organizações não governamentais (ONGs):** Muitas ONGs atuam na região Norte e podem fornecer informações sobre questões sociais, ambientais e culturais.
- **Redes sociais:** As redes sociais são uma ótima fonte de informações em tempo real. Ao pesquisar por hashtags como #Norte, #Amazônia ou o nome de estados específicos, você pode encontrar posts de diversos usuários sobre os mais variados temas.



Inteligência Artificial

O impacto



AI

Começou bem antes...



“A máquina que pode armazenar instruções”

A máquina que pode realizar tarefas humanas



O que mudou?



"A máquina que pode armazenar instruções"

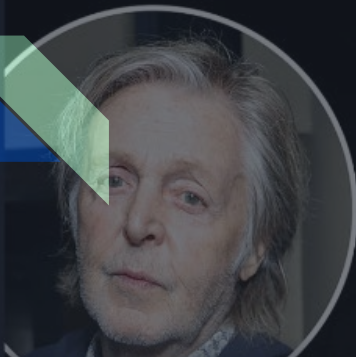
A máquina que pode realizar tarefas humanas



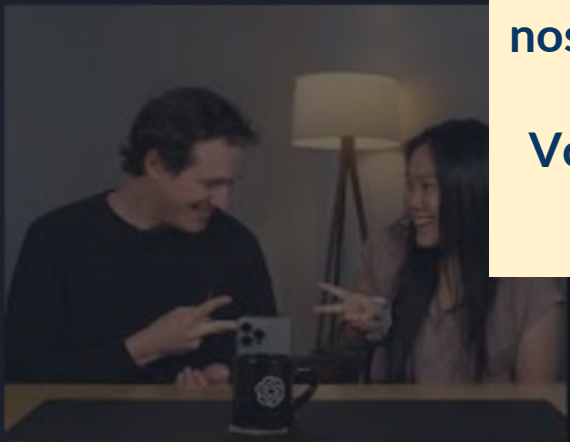


PAUL MCCARTNEY USING AI TO MAKE 'FINAL' BEATLES SONG WITH JOHN LENNON





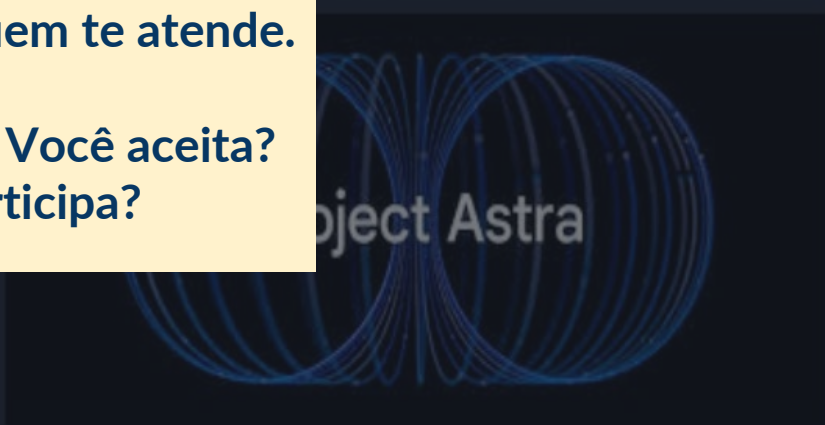
PAUL MCCARTNEY USING AI TO
RECREATE A BEATLES SONG WITH JOHN LENNON



Há uma nova forma de
máquinas interagirem com
você...

E com base nos seus dados,
nos dados de quem te atende.

Você percebe? Você aceita?
Você participa?





O impacto diante da disponibilidade de recursos foi imenso!

“We use to overrate tech returns when it emerges and to underrate returns when it is in use”

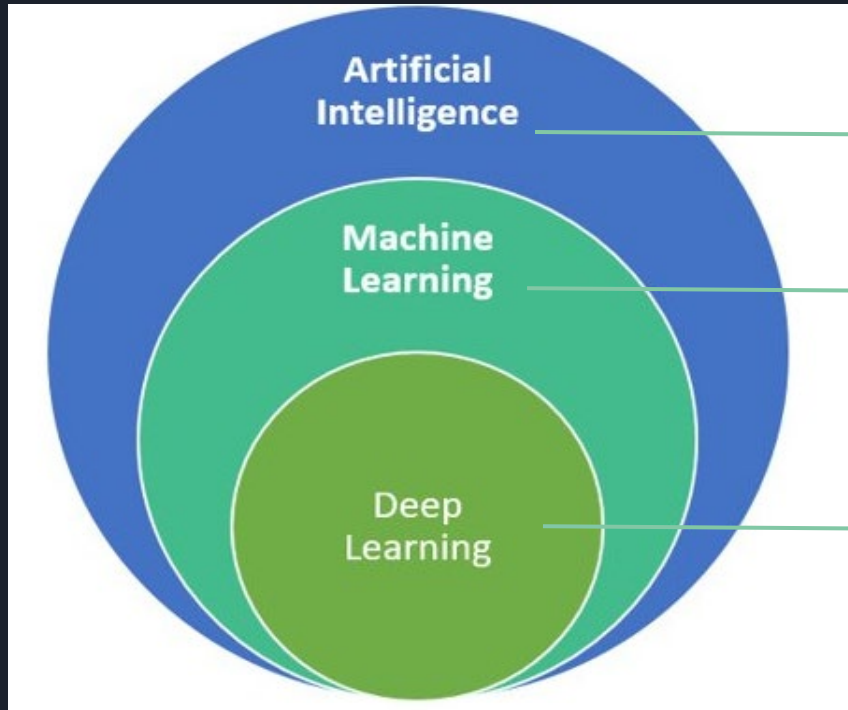
Google

- 🔍 situação
- 🔍 situação **cadastral cpf**
 - 🔍 situação **cadastral**
 - 🔍 situação **cadastral cnpj**
 - 🔍 situação **metro**
 - 🔍 situação **do rio grande do sul hoje**
 - 🔍 situação **eleitoral**
 - 🔍 situação **sinonimo**
 - 🔍 situação **cptm**
 - 🔍 situação **dos mananciais**
 - 🔍 situação **cadastral pendente de regularização**

Mais próximo e cotidiano do que se pensa...



Inteligência Artificial



Campo científico, derivado da Matemática

Aprendizado da repetição, rotinas, processos. Visão do passado para modelar projeções do futuro

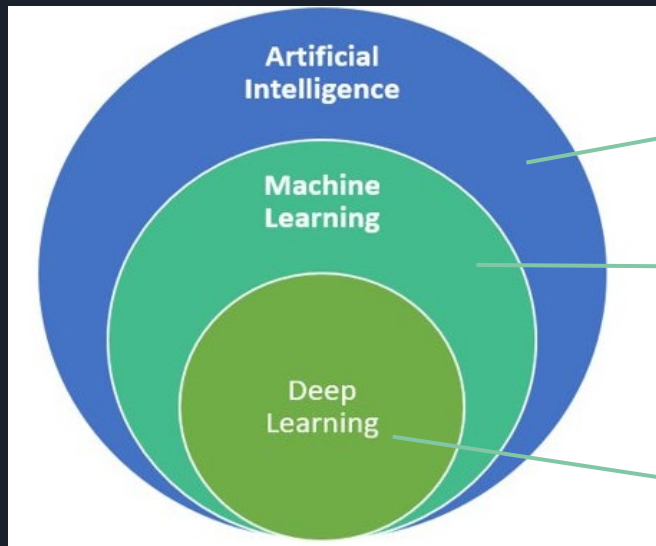
Aprendizado por descoberta de fatores e relações. Formação de lógica a partir de análises de dados



E o preparo para o Marketing?

- Há negócios sendo bem feitos
- Há negócios que devem ser repetidos, processados em rotina
- Há negócios que talvez não durem muito
- Será que há algo a mais que podemos fazer?
- Será que há algo “oculto” com potencial?

E a Inteligência Artificial?



Temos que compreender o que é,
o que pode fazer, o que impacta.

Há algo que fazemos que é
reconhecido?

Há processos a serem repetidos?
Há métodos a serem formalizados?

E se encontrarmos algo novo?
E se o cliente quiser algo novo?
E se precisarmos “sermos novos”?



O Marketing

- Um conjunto de disciplinas voltadas para a agregação de **VALOR** a produtos e serviços.
- Esta agregação visa promover possibilidades de posicionamentos estratégicos e negociações efetivas com clientes



Um caso prático - Aplicação em turismo



A FORMAÇÃO DE UM GRUPO EMPRESARIAL

AGÊNCIAS

Clientes procuram recomendações de viagens para descanso e lazer em função de experiências de clientes, orçamento e agenda. Vários canais.

HOTEL E POUSADAS

Locais de hospedagem para as várias preferências dos clientes.

TRANSPORTES

Traslados, deslocamentos - eficiência, confiabilidade, segurança, conforto.

QUESTÕES - PARA UM GRUPO EMPRESARIAL DE TURISMO

OS CLIENTES

Clientes procuram recomendações de viagens para descanso e lazer em função de experiências de clientes, orçamento e agenda.

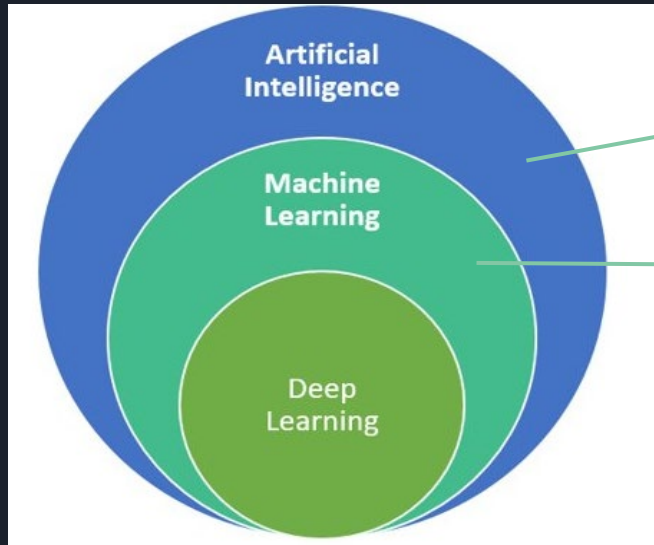
PREFERÊNCIAS

Os clientes gostam ou não de alguns lugares, de alguns pacotes, de algumas viagens

QUE TAL?

Com base no que os clientes já demonstram, automatizar o atendimento?

Vamos avaliar o Machine Learning



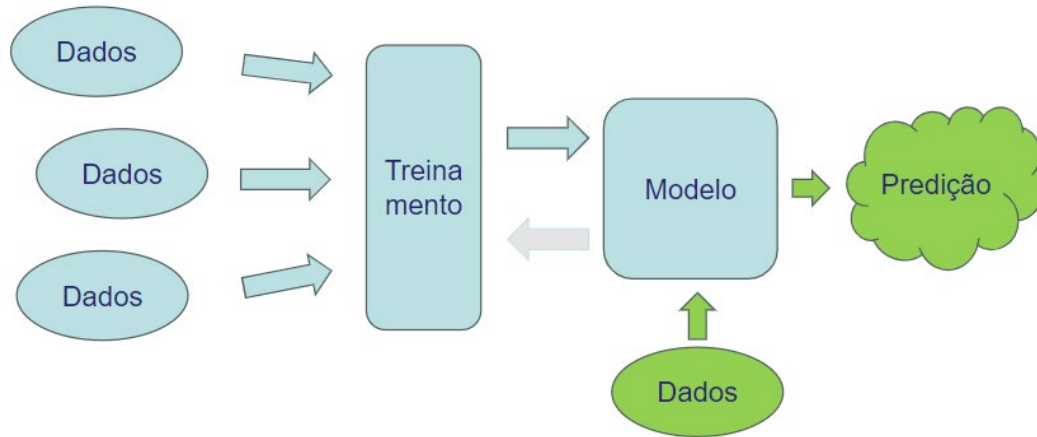
Reproduzir o que o cliente desejaria

Há algo que fazemos que é reconhecido?

Há processos a serem repetidos?
Há métodos a serem formalizados?

Compreensão das preferências dos clientes

O PROCESSO - TREINAR UM MODELO DE IA



O MODELO

- Uma plataforma de estruturas de dados e algoritmos associados para reproduzir decisões de parte de um operador / usuário humano

COLETA VIA FORMS - GERAL

Para onde você gostaria de ir?

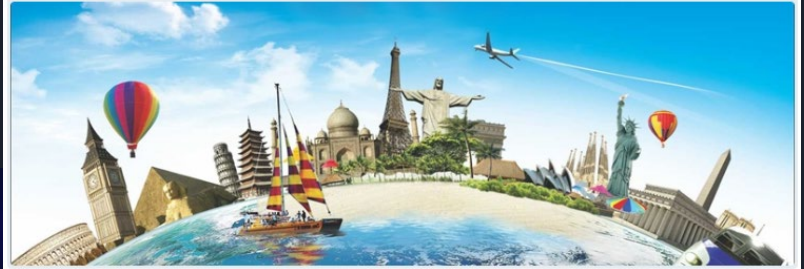
Qual seu destino favorito ou habitual para viajar?

1. Qual é seu destino favorito de viagem?

- Negócios, empreendedorismo
- Capital, urbano
- Gastronomia, restaurantes
- História, museus

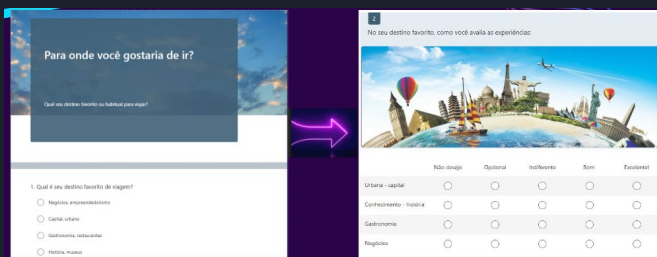
2

No seu destino favorito, como você avalia as experiências:



	Não desejo	Opcional	Indiferente	Bom	Excelente!
Urbana - capital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conhecimento - história	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gastronomia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Negócios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

PREENCHIMENTO - VISÃO GERAL



- Etiquetagem pelo destino de preferência
- Demais localidades são avaliadas pelo cliente, compondo seu perfil

Destino	3
Capital	3
Histórico	3
Gastro	5
Negócios	1

Destino	1
Capital	5
Histórico	3
Gastro	4
Negócios	1

Destino	2
Capital	3
Histórico	5
Gastro	2
Negócios	1

Destino	1
Capital	5
Histórico	2
Gastro	3
Negócios	3

Destino	4
Capital	3
Histórico	1
Gastro	4
Negócios	5

Destino	4
Capital	4
Histórico	2
Gastro	3
Negócios	5

Destino	2
Capital	3
Histórico	5
Gastro	2
Negócios	1

FORMAS DE COLETA

Outras formas

Para onde você gostaria de ir?

Qual seu destino favorito no mundo para viajar?

1. Qual é seu destino favorito de viagem?

- Região amazônica
- Caribe alvore
- Galápagos, sul-americ
- Índia, Ásia

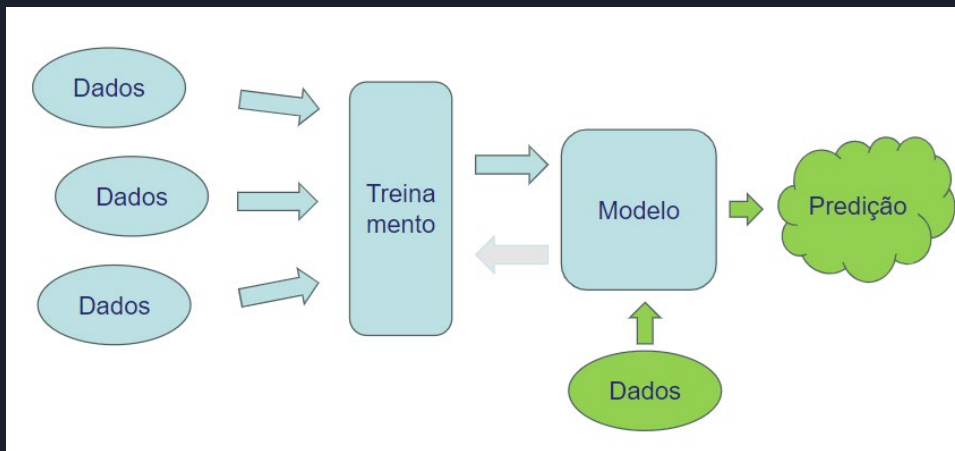
No seu destino favorito, como você avalia as experiências:

	Não desaje	Opcional	Indiferente	Bom	Excelente
Vitória - capital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conforto - hotelaria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gastronomia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Segurança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- Forms dispostos em site da própria empresa
- Acionados via impulsos
- Em sites parceiros
- Via aplicativos

- Trabalho com analíticos em sites próprios ou de parceiros
- Fontes de terceiros, capturadas e tratadas
- Jornadas de preenchimento
- Consultas via aplicativos em eventos
- O preenchimento confiável auxilia na confiabilidade do modelo

PERSPECTIVA: A CODIFICAÇÃO DO CONHECIMENTO

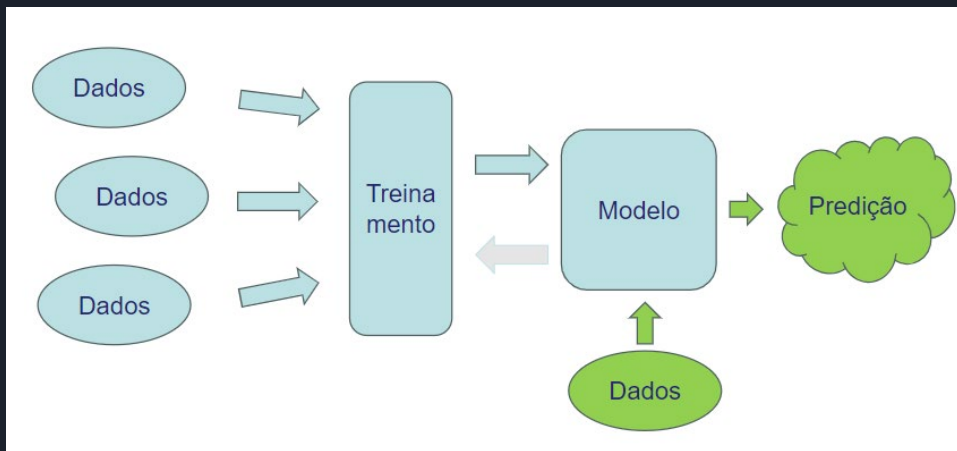


Um novo cliente se apresenta:

- Pela navegação típica e reações, deduzimos:

70% “histórico” / 30% “capital”

PERSPECTIVA: A CODIFICAÇÃO DO CONHECIMENTO



Com o modelo...

Quando um novo cliente se apresenta:

“Sabemos um bocado quem você é o que deseja”

ESTRATÉGIAS!

PODEMOS CRESCER!

Em número de atendimentos, automatizando!

PODEMOS CRESCER!

Em acerto nos atendimentos futuros, pois temos uma rotina, um roteiro

NO FUTURO

Podemos aderir a outras plataformas, outras formas de uso, ofertar serviços indiretamente, parcerias...

ALGUMAS AÇÕES ESTRATÉGICAS

PLANEJAMENTO

Da forma que está, só que
melhor:

- Produtividade
- Acerto
- Assertividade
- Otimização

INBOUND

Venha aos nossos canais
de comunicação sempre,
para “passar e se divertir”

OUTBOUND

Vamos “chegar” no cliente
de alguma forma?

Vamos “chegar” sozinhos
ou com alguém, parceiro?

Vamos ensinar (vender
conhecimento) a outros
como “chegar”?

ALGUMAS AÇÕES ESTRATÉGICAS

CHATBOTS

Implementação em mídias sociais, em contextos de acesso coletivo. Disparos de e-mails e interações em sites de terceiros, com associatividade.

INTEGRAÇÃO

Disponibilizar em sites agregadores – Decolar, Trivago, Booking, etc. Possibilidade de diferenciação e atendimento especial a clientes via plataforma.

ALIANÇAS

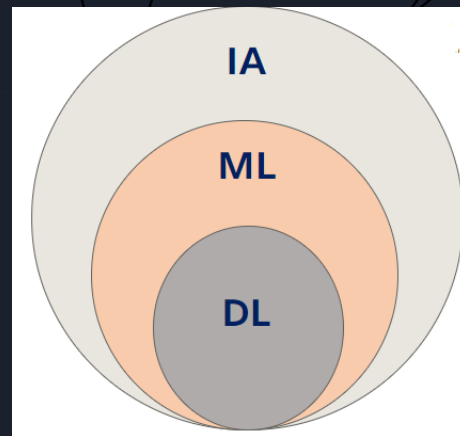
A base tecnológica dos serviços de ML pode se tornar um ponto importante para **potenciais associações com terceiros**. Provedimento de **dados** dos parceiros e fornecimento de inteligência via recomendações, por exemplo.

Paramos por aí mesmo?

Dados e evidências não param de surgir, não param de acontecer, há mais que descobrir

Deep Learning

Auxilia na descoberta de relacionamentos, de dados, evidências, novas respostas a problemas existentes ou futuros





APLICAÇÕES

Deep Learning

Reconhecimento de imagens;
Reconhecimento de textos; Reconhecimento
de fala / áudio; encontrar conhecimento em
indicadores.

Usando estruturas de dados especiais,
descobre novos padrões em dados e cria a
modelagem, expandindo a compreensão





APLICAÇÕES

Deep Learning

Geração de áudio, imagens e vídeos

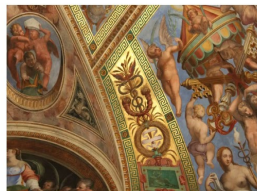
Novas mídias em interação humana

Potencialmente novas formas de aprender,
interagir e comunicar





ARTIGO: A arte de planejar e o planejar da arte




Diálogo: estratégias visuais e conceituais - para qualquer tipo de organização tem desafios por momentos de sustentabilidade. São os seus conteúdos que ajudam que no processo, estejam sempre como referência para quem não quiser fugirem as expectativas atuais? Tornam-se comunicados "mais novos"? Permitem realmente a permanência sobre o tempo de duração "visual"?

Resumo: tipos de conteúdos que chegam ao público de forma a gerar impacto como estratégia para de sustentabilidade organizacional? "Atualização sobre como o momento influencia de conteúdo de nível de uma empresa para a um futuro bem desenvolvido, mesmo, permitindo ser relevantes os fundamentos de uma estratégia visual, no plano e o impacto de desenvolvimento de conteúdo conceitual em situações regulamentares e comerciais de sustentabilidade e implementação que dá a forma "visual" de um plano, sempre em relação de um planejamento que inclui a estratégia de conteúdo, de conteúdo, de conteúdo e de conteúdo.

Nota: este artigo está a ser desenvolvido e publicado através do projeto de Arte para a Arte, com o objetivo de promover a sustentabilidade, de uma forma que seja sustentável? Há possibilidade em algo semelhante de forma, de modo a "inovar"? Há alguma coisa que se pode fazer para melhorar a...

Title Confidence: 0.02491903	Health Confidence: 0.01443319
Profanity Confidence: 0.009879856	Derogatory Confidence: 0.0047923273
Sexual Confidence: 0.0024352302	Death, Harm & Tragedy Confidence: 0.005623954
Violent Confidence: 0	Firearms & Weapons Confidence: 0
Public Safety Confidence: 0.0014392667	Health Confidence: 0.02396514
Religion & Belief Confidence: 0.10110294	Illicit Drugs Confidence: 0.0022334485
War & Conflict Confidence: 0.0004764443	Politics Confidence: 0.0028191702





Estudando um caso empresarial em geral

Aplicações em estratégias de Marketing

- Pode ser que alguma coisa nos tenha passado despercebido?
- O cliente mudou de ideia e não percebemos?
- Algum dado se tornou mais valioso do que os outros?
- Há demandas novas?
- Podemos crescer em algo que ainda não foi explorado?



Um elemento básico de gestão:

Estratégia

- Quando exatamente faremos a promoção de vendas?
- Estes indicadores de gestão realmente refletem o que queremos alcançar?
- Em qual direção a empresa deve ir para se tornar futura? Que fim?
- Esse prédio "retrofitado", só serve para isso mesmo?
- O que fazer com / sem grana?



- Não exatamente faremos a promoção de vendas?
- Este líder de vendas está na tela, mas, é realmente necessário?
- Em que a diferença implica na diferença de preço?
- Esse prédio "reformado", só serve para isso mesmo?
- O que fazer com / sem grana?



**Parabéns à Eniac
pelo trabalho e
evento!**

Obrigado!

George Leal Jamil