



ASSISTENTES DIGITAIS

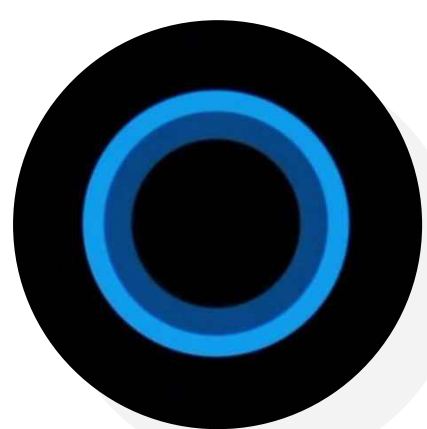
E BOTS

O QUE PODEM FAZER PELO SEU NEGÓCIO?

O desenvolvimento da inteligência artificial e do machine learning estão a permitir o surgimento de uma série de assistentes digitais e de bots que podem ser úteis para auxiliar os utilizadores de telemóveis em tarefas do dia-a-dia mas que são também uma oportunidade para as empresas melhorarem a assistência a clientes.

COMO É QUE OS ASSISTENTES DIGITAIS JÁ FAZEM PARTE DA SUA VIDA?

Dentro dos telemóveis, ou em dispositivos como colunas de som para colocar em casa ou automóveis, as assistentes pessoais digitais respondem a comandos de voz e podem dar informação útil, como descrever a agenda ou mesmo oferecer informações sobre o trânsito. Nas empresas os benefícios sentem-se a nível da produtividade e da integração entre as ferramentas de trabalho.



CORTANA



ALEXA



GOOGLE ASSISTENT



SIRI

Controlar as luzes ou os eletrodomésticos

Fazer reservas em restaurantes

Pôr música a tocar

Informação de agenda

Responder a perguntas

Dados de trânsito e meteorologia

Mostrar fotografias

AS OPORTUNIDADES NA ERA DOS BOTS

Os bots estão a começar a tomar conta da resposta a questões simples em websites, mas também em serviços e aplicações, como o Skype e o Messenger. O futuro da interação com as empresas nestas plataformas pode passar por ai.



COMO POSSO AJUDÁ-LO?

SKYPE

A Microsoft desenvolveu a integração de bots no seu serviço de comunicação de voz e vídeo e há vários assistentes inteligentes que pode adicionar à lista de contactos, com informação sobre saúde, viagens e até jogos.

MESSANGER

Esta é uma das novas apostas do Facebook que está a ligar os bots à publicidade na rede social e a permitir uma interação com as marcas mais direcionada. E já garantiu também os pagamentos dentro do chat.

Os últimos números do Facebook apontavam para 34 mil programadores a desenvolver mais de 30 mil bots para o Messenger.

QUAL A ESTRATÉGIA PARA DESENVOLVER UM BOT PARA A SUA EMPRESA?

CONVENIÊNCIA

Os bots devem ser úteis. Os consumidores querem ter as suas questões resolvidas de forma rápida, sobretudo no telemóvel e nos serviços de messaging.

INTELIGÊNCIA

A tecnologia está mais acessível mas é preciso fornecer informação relevante, e no mesmo “formato” a que as pessoas estão habituadas nos chats, sem grandes formalismos.

SIMPLICIDADE

Existem ferramentas simples disponíveis para o desenvolvimento de bots, com plataformas do Facebook e da Microsoft para que qualquer um possa criar a sua solução. Mas as empresas podem apostar em ferramentas mais “profissionais”.

LOCALIZAÇÃO

A informação geoferenciada e os dados do contexto em que o consumidor recorre a um determinado bot são um bom ponto de partida para que os assistentes já comecem a conversa com alguma informação das necessidades dos clientes.

Os Bots são uma oportunidade para as marcas oferecerem experiências contextualizadas sobretudo em mobile, mas também no desktop. Este pode ser o primeiro passo para um futuro em que os consumidores já não precisam de orquestrar as suas necessidades entre conteúdos e serviços, mas simplesmente confiam que a tecnologia lhes traz o que precisam, no momento e no lugar em que é necessário.