



Os impactos da inteligência artificial no setor de vendas

Há aqueles que dizem que [2017 foi o ano da IA](#). Foi no ano passado que algumas das gigantes da tecnologia, incluindo Microsoft, Google, Dell e Amazon, investiram pesado em transformação digital. Obviamente, as inovações como um todo se espalham em velocidade impressionante, logo descobrindo outras funcionalidades e usabilidades. É o que vem acontecendo com a aplicação da [inteligência artificial](#) em vendas.

Apesar de ainda estarmos no início da colheita dos benefícios gerados pela conectividade global, os resultados para as empresas do ramo comercial já são muito tangíveis. Aqueles que trabalham com vendas em âmbito geral, sejam elas voltadas a

produtos ou serviços, sentem tanto a importância da IA na atuação do segmento, quanto a urgência latente de trazê-la cada vez mais para perto.

Em um primeiro momento, o que ocorre é que boa parte das atividades desempenhadas por colaboradores especialistas em gerar a necessidade de consumo por determinado item ou serviço, são repetitivas.

Uma [pesquisa realizada pela McKinsey](#) revela que cerca de 40% do tempo gasto com ações relacionadas ao ato de vender podem ser automatizadas. O instituto também afirma que a área de vendas é uma das mais influenciadas pela IA no momento.

O que você acharia de utilizar técnicas de inteligência artificial em sua organização e, com isso, passar a desempenhar em segundos as tarefas que levavam várias horas ou até dias de trabalho?

Quanto tempo você e sua equipe teriam disponível para investir em novos recursos, habilidades e conhecimentos com foco na experiência do cliente se não precisassem, por exemplo, transferir todos os números a uma planilha ou fazer a conferência de estoque manualmente? Muito mais do que têm agora, aposto!

Percebe a relevância da IA para otimizar o desempenho do setor de vendas? Se ainda não está convencido, não se preocupe.

Listei a seguir alguns dos principais benefícios obtidos com a implementação da tecnologia na rotina comercial e tenho certeza de que você irá concordar comigo: é um caminho sem volta, que se tornou obrigatório frente ao atual cenário mundial.

Vantagens da inteligência artificial em vendas

Os pontos positivos são visíveis. Não estamos falando de um futuro promissor, nem de um cenário que parece muito distante. Enquanto braço da inovação tecnológica, a IA tem apresentado resultados surpreendentes para o setor.

A inteligência artificial pode se tornar (ou talvez já seja) a sua melhor amiga no quesito profissional. O motivo? Bem, são vários.

A começar pela parte administrativa. Toquei no assunto sobre fazer mais em menos tempo no início deste texto. E a primeira vantagem tem bastante a ver com isso: a IA é como um assistente pessoal, seu braço direito.

Dentre as tarefas rotineiras que as soluções automatizadas podem assumir estão o registro de atividades, a identificação de e-mails de alta prioridade ou classificados como spam, a criação de novos contatos e o conhecimento de informações mais detalhadas sobre um cliente em potencial, que mal pode esperar por um tratamento menos impessoal e mais adequado às suas necessidades.

Outro ponto interessante é que a IA pode analisar dados diversos, sobre transações, custos ou histórico de clientes, para identificar possíveis falhas de operação, prever complicações ou fraudes que podem surgir e antecipar soluções para os diversos cenários apresentados.

Além disso, ainda é possível ter uma visão geral dos negócios com apenas um clique. Se o sistema está munida de informações presentes e passadas, concorda que fica muito mais fácil e rápido gerar gráficos, comparativos e tendências baseados em dados concretos?

É como se a tecnologia fizesse o mais difícil, demorado e

exigente, deixando para você e sua equipe apenas o toque final, a cartada de mestre!

IA em vendas: principais aplicações

Tá, mas calma aí. É tudo muito lindo quando exposto dessa forma. Mas como a inteligência artificial em vendas funciona na prática? Qual é o impacto dessa tecnologia no dia a dia das organizações segmentadas?

Ótima pergunta! Isso é o que veremos agora.

Para início de conversa, de nada adianta ter os melhores produtos do mercado, nem oferecer os serviços mais incríveis, se seus colaboradores não sabem vender ou se utilizam abordagens ultrapassadas. Através da [realidade virtual](#), a inteligência artificial vem contribuindo para treinamentos e capacitações de profissionais da área.

O Walmart é uma das multinacionais que investem nisso. O interessante é que a técnica torna as aulas muito mais intuitivas e fáceis de acompanhar, especialmente ao utilizarem métodos que conseguem simular situações reais enfrentadas pelo vendedor.

Você sabe, ainda, que cada vez mais os consumidores têm buscado experiências únicas, diferentes e próximas de sua realidade. Em vendas, não existe mais um padrão a ser seguido no atendimento. Cada cliente é um e, portanto, deve ser tratado de acordo com suas peculiaridades, necessidades e expectativas.

É imperativo que os representantes da marca conheçam o contexto de uma venda antes de abordar seu consumidor. A [Node](#) é uma plataforma internacional destinada a equipes de vendas, marketing e produtos que oferece recomendações personalizadas de acordo com o histórico de cada indivíduo.

O próprio [Grupo Pão de Açúcar](#), no Brasil, tem investido muito

em tecnologia para estreitar os laços com seus clientes. Recentemente, o GPA lançou diversas funcionalidades novas voltadas a este fim. Um aplicativo próprio, por exemplo, permite que consumidores recebam ofertas em tempo real no smartphone durante o tempo de permanência em loja, de acordo com o histórico de compras e valores pagos em visitas anteriores.

Há, ainda, os chatbots. De tanto ouvirmos falar neles, parecem quase obsoletos. Mas, não! Os robôs estão, na verdade, cada vez mais profissionais no atendimento ao cliente e são vários os casos em que é difícil identificar se estamos falando com uma pessoa ou um bot.

[Este artigo](#) afirma que a tendência é de enorme crescimento. “Se existe uma coisa que humanos nunca farão melhor do que IA é a digestão rápida de dados e histórico de clientes para responder às perguntas seguindo um contexto. Uma vez que os chatbots são muito mais do que um catálogo de SAC complexo, eles são capazes tanto de oferecer atendimento eficaz, quanto de personalizar esse atendimento.”

Os casos são diversos, assim como suas aplicações.

Não há dúvidas de que a inteligência artificial surgiu para mudar o cenário das vendas no Brasil e no mundo. Como dizem por aí, IA em vendas é ganha-ganha – ótima para a empresa, ideal para os funcionários, perfeita para os clientes!

Este artigo foi escrito por **Tiago Magnus**, Fundador do [Transformação Digital](#)