



[StrategicPlatform]

Inteligência Artificial

Reflexão sobre a sua aplicação a curto prazo e quais as suas possibilidades

Inteligência Artificial: O que podemos fazer atualmente que antes não era possível?

Para responder a esta pergunta, temos de nos colocar na perspectiva do cliente e do conhecimento que tem actualmente. Estamos perante um cliente cada vez mais informado e exigente, que quer saber quais são os fundamentos por detrás de um produto ou serviço. Perante esta situação, a necessidade de as empresas se diferenciarem e se destacarem é imperativa. Os mercados

cada vez mais dinâmicos exigem que as empresas tomem decisões rápidas e precisas para atrair e manter os seus clientes. Os avanços tecnológicos e a procura crescente de produtos e serviços quase personalizados levam-nos a formular a seguinte questão: O que é possível fazer hoje graças à Inteligência Artificial que antes não era possível?

Baseámo-nos no nosso conhecimento de novos modelos de negócio em diferentes sectores e na nossa experiência na aplicação de tecnologias avançadas para partilhar esta reflexão consigo. Descubra como pode utilizar a Inteligência Artificial para gerar um impacto real no seu negócio, aproveitando as oportunidades que surgem da sua aplicação a curto prazo.



O impacto real da Inteligência Artificial nas empresas

Há um ano e meio, vivemos um ponto de viragem com o aparecimento público da Inteligência Artificial Generativa. Esta ferramenta alcançou um elevado nível de aceitação e facilitou a compreensão das suas possibilidades aplicadas principalmente à geração de conteúdos. Como resultado, o debate sobre o impacto real da Inteligência Artificial foi colocado de novo em cima da mesa.

Embora esta tecnologia tenha nascido há algumas décadas, só recentemente começámos a identificá-la como uma alavanca aceleradora dos modelos de negócio. A Inteligência Artificial generativa tem uma particularidade sobre a qual devemos refletir: apesar de o acesso a ela ser universal e a sua adoção muito mais ágil, apresenta o desafio de saber onde incorporá-la para que gere valor real nos negócios.



A IA que conhecíamos até agora estava muito mais orientada para automatizar processos e torná-los mais eficientes. Após a democratização experimentada através da IA generativa, o foco está agora na gestão do conhecimento e na exploração avançada de informações e dados. Esta é uma tecnologia

que dimensiona o negócio pela sua flexibilidade, porque pode ser incorporada de forma transversal e porque se torna um elemento de diferenciação. Este espaço obriga-nos a redesenhar a forma como trabalhamos, desde os processos à gestão, para adotar a IA no nosso negócio.

Em contraste com outras tecnologias que requerem integração para permanecerem competitivas e, conseqüentemente, tendem a padronizar as operações em relação às demais empresas, a Inteligência Artificial oferece uma oportunidade única de diferenciação. Cada empresa pode utilizar a IA de maneira exclusiva, permitindo-lhe

destacar-se de forma singular no mercado. O seu potencial reside em tirar partido da utilização avançada de dados e do conhecimento profundo que tem do seu negócio para definir novos territórios de oportunidade que, por si só, são únicos e pertencem apenas à sua empresa.

A aplicação da Inteligência Artificial nas operações e nos processos de produção vai tornar-se um padrão. A sua diferenciação estará na criação de novos modelos de negócio e na oferta de produtos e serviços.

A IA como conceptualizadora de novas categorias de produtos e serviços

Estamos a assistir a uma época de grande saturação da oferta, em que o consumidor está mais informado e tem múltiplas opções de escolha. Precisamos de transcender o momento da compra, sendo capazes de gerar uma conexão para além do momento da compra e de criar uma experiência para além do produto.

Para isso, a Inteligência Artificial permite-nos captar e processar uma grande quantidade de dados e informações que nos permitem ter uma relação muito mais profunda com o cliente. Somos capazes de gerar um efeito de escala no processamento de informações que nos dá uma visão mais clara e real para tomar as decisões certas no momento certo.



O que nos vai diferenciar no futuro é o conhecimento profundo que teremos dos nossos clientes, que são cada vez mais sofisticados e, com maior acesso à informação, vão exigir maior transparência em tudo o que está relacionado com os nossos produtos.

A IA oferece novas possibilidades ao ser capaz de aprender e compreender informações para nos ajudar a comunicar melhor com os nossos clientes. Neste ponto, a micro-segmentação pode ajudar-nos a agrupar os nossos clientes em clusters extremamente precisos com base em

variáveis que consideramos relevantes, como a frequência de compra ou o volume de compra. Com base na informação recolhida e analisada, poderemos definir e desenvolver modelos preditivos que nos ajudarão a criar uma relação de elevado valor com os nossos clientes.

Sustentabilidade Integral, um atributo do produto ou uma alavanca para a mudança?

A sustentabilidade já não é apenas um atributo do produto ou uma responsabilidade ética. Tornou-se uma oportunidade estratégica de negócio.

A partir do momento em que, como consequência do resultado de uma auditoria, as empresas têm de pagar ou têm isenções ou benefícios fiscais, a sustentabilidade torna-se um desafio empresarial e a sua gestão torna-se muito mais complexa.

Devemos ter em conta dois pontos de vista. Por um lado, temos de pensar na sustentabilidade como a verdadeira economia circular, pensando em toda a cadeia de valor e na forma como permitimos que os fornecedores e os clientes nos ajudem a compensar a nossa pegada de carbono. Por



outro lado, temos de pensar para além das operações comerciais e definir ações que nos permitam equilibrar o impacto negativo que podemos gerar na pegada de carbono.

A Inteligência Artificial é uma ferramenta fundamental neste ponto, permitindo a agregação e o processamento inteligente de informação para dimensionar oportunidades ao longo da cadeia de abastecimento e em colaboração com os fornecedores.

Por vezes, deparamo-nos com o dilema de encontrar o equilíbrio entre a necessidade imediata e a visão a longo prazo. Esta é uma situação em que temos a oportunidade de incorporar uma tecnologia inovadora como a Inteligência Artificial na nossa organização. Esta decisão envolve não só a adoção de uma ferramenta, mas também uma mudança fundamental na estrutura e nos processos da empresa.

A IA, ao contrário da automação tradicional, não é simplesmente uma questão de implementar uma ferramenta e ver os resultados. Requer uma compreensão profunda da forma como irá afetar a organização e como podemos maximizar o seu potencial. Implica dimensionar o impacto nos nossos recursos, desde a estrutura organizacional aos processos internos, e avaliar tanto os custos como a contribuição de valor que esta tecnologia trará.

Na Strategic Platform, compreendemos estes desafios e podemos oferecer-lhe a solução tecnológica que melhor se adapta às suas necessidades e apoiá-lo na definição e no processo estratégico para identificar onde e como aplicar a IA na sua empresa.

