

FIAP – Faculdade de Informática e Administração Paulista

NextIA

DISRUPTIVE ARCHITECTURES: IOT, IOB & GENERATIVE IA

Bianca Barreto RM: 551848

Julia Akemi RM: 98032

Mateus Fattori RM: 97904

Pedro Baraldi RM: 98060

São Paulo 2024

Descrição da ideia:

Os proprietários de supermercados enfrentam desafios significativos na atualidade, incluindo a dificuldade em desenvolver estratégias eficazes para engajar e fidelizar clientes, além da falta de insights claros sobre os padrões de compra dos consumidores. Essas lacunas dificultam a tomada de decisões essenciais para impulsionar as vendas e aprimorar a experiência de compra, de modo a atender às crescentes expectativas dos consumidores.

Essas dificuldades resultam em uma base de clientes menos estável e, consequentemente, em oportunidades de venda não aproveitadas. A ausência de conhecimento detalhado sobre os hábitos de compra impede que os supermercados refinem suas estratégias de marketing e atendam às necessidades e preferências de seu público-alvo de forma eficiente.

A solução proposta envolve a implementação de um programa de fidelidade integrado a um aplicativo móvel, que permite aos clientes acumulare pontos com suas compras. Esses pontos podem ser trocados por descontos e brindes, incentivando a lealdade e aumentando o ticket médio das vendas.

Para otimizar essa estratégia, utilizamos análise de dados em Python para examinar um extenso banco de dados, permitindo plotar informações cruciais que orientam as decisões estratégicas de marketing do estabelecimento. Este processo não apenas facilita a compreensão dos padrões de compra, mas também aprimora significativamente a capacidade de resposta às tendências do mercado.

Além disso, fizemos um vídeo explicativo desta análise, demonstrando como podemos utilizar as informações plotadas para identificar estratégias de marketing adequadas a cada um dos gráficos obtidos. Link: <https://youtu.be/0xrX4smZc0I>.

Com essa abordagem, é possível obter insights valiosos sobre os padrões de compra dos clientes, facilitando decisões estratégicas que podem impulsionar as vendas e enriquecer a experiência do consumidor.

Para otimizar a tomada de decisões do supermercado, todos os dados coletados serão analisados detalhadamente por sistemas de inteligência artificial. Além de proporcionar ofertas mais relevantes aos clientes, a IA também disponibilizará estatísticas ao proprietário por meio de uma interface web, permitindo análises profundas de cada conjunto de dados.