

**Conteúdo  
atualizado!**

Versão 2.0

# Chatbots:

Perspectivas  
por indústria



**ViaCognitiva**

# Sumário

● CHATBOTS: Perspectivas por indústria	03
Os seres humanos estão entediados com o download e o uso de aplicativos móveis	04
O que é computação cognitiva?	04
● Quais benefícios um chatbot pode incorporar aos seus processos corporativos?	05
Marketing e relacionamento	05
Experiência de conteúdo personalizada	05
Comunicação entre as equipes	06
Atendimento multicanal	06
Compra e Venda de produtos	07
Relacionamento por meio do entretenimento	07
Redução de custos	08
Otimização de tempo	08
Otimização em vendas	09
Personalização de acordo com a necessidade de cada empresa	09
Atendimento ao cliente	10
Oferta de serviços especializados	10
Concierge	10
● Perspectivas por indústria	11
Bancos e serviços financeiros	12
Seguradoras	14
Saúde	16
Varejo	17
● Conclusão	19
● Veja os Chatbots da ViaCognitiva em ação	21



## CHATBOTS: *Perspectivas por indústria*



Os chatbots estão diminuindo as barreiras para fazer as máquinas executarem o que queremos e precisamos delas para fazer. Em breve, os softwares conversacionais permitirão que as pessoas conversem com os computadores de forma natural. Nós nos engajaremos em conversas entre humanos e máquinas para consumir informações e organizar o nosso mundo.

A ideia por trás de um chatbot não é nova. Nós tentamos descobrir como conversar com as máquinas desde que elas foram inventadas.

Recentemente, várias iniciativas globais nas áreas de consumo e comercialização aceleraram o rápido crescimento no desenvolvimento e adoção de chatbots.

As mensagens em dispositivos móveis transmitidas por aplicativos como o Facebook Messenger e o WhatsApp tornaram-se a maneira preferida para as pessoas se comunicarem através de seus telefones celulares. Basicamente, os consumidores estão migrando das redes sociais para as mensagerias sociais.



Os seres humanos estão entediados com o download e o uso de aplicativos móveis

Uma [pesquisa](#) desenvolvida pela Localytics em maio de 2016 mostra que:

O usuário médio de celular tem 30 aplicativos instalados, mas usa menos de cinco regularmente. Quase um quarto dos usuários de aplicativos móveis (23%) para de usar um aplicativo depois de abri-lo uma vez.



Um chatbot é comparativamente mais barato para ser desenvolvido, mesmo aqueles baseados em plataformas de *inteligência cognitiva*.

## O que é computação Cognitiva?

A computação cognitiva é um novo paradigma de computação. Diferentes tipos de soluções de computação cognitiva oferecem várias funcionalidades, incluindo:

- Aprender e construir conhecimento de várias fontes de informação estruturadas e não estruturadas;
- Compreender a linguagem natural e interagir mais naturalmente com os seres humanos;
- Capturar a experiência dos melhores profissionais e acelerar o desenvolvimento da experiência de outros;
- Melhorar os processos cognitivos dos profissionais, para ajudar a melhorar a tomada de decisão;
- Elevar a qualidade e consistência da tomada de decisão em toda a organização..

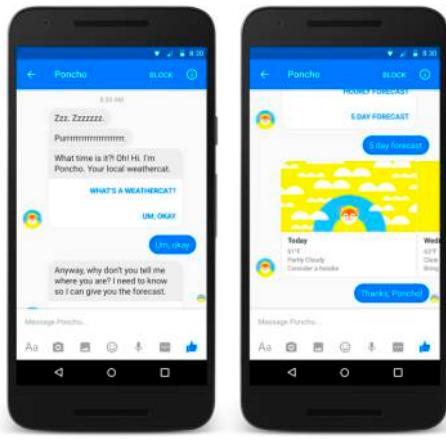
Então, em resumo, qual é a última tendência dos chatbots?

Os chatbots com inteligência cognitiva. Continuaremos a ver um crescente investimento de grandes marcas no desenvolvimento de soluções cognitivas para conversação voltada ao atendimento ao cliente. Esses chatbots estão sendo lançados rapidamente, alimentados, “treinados” frequentemente e ajustados para entregar conteúdo e serviços de forma que nenhum outro método de entrega possa.

## Quais benefícios um chatbot pode incorporar aos seus processos corporativos?

### Marketing e Relacionamento

Os chatbots podem causar uma verdadeira revolução às suas ações de marketing de conteúdo, oferecendo materiais de entretenimento ou de consumo rápido.



Para empresas no segmento de esportes radicais, por exemplo, informações específicas sobre a previsão do tempo são conteúdos relevantes para um cliente. Você já pensou na possibilidade de fazer isso via chatbot?

Em diversos segmentos de mercado, os bots podem ser bons canais para envolver os usuários e oferecer conteúdo relevante (temas mais generalizados, com linguagem clara e de fácil entendimento – eBooks, webinars, posts de blogs, etc.).

### Experiência de conteúdo personalizada

Os chatbots podem servir como uma extensão da estratégia de marketing. Os bots conseguem nutrir relacionamentos com prospects e clientes e, com isso, fornecer valor imediato sem qualquer trabalho por parte do usuário e nem da empresa.

Exemplo: o Whole Foods chatbot é voltado para ajudar os usuários a encontrar novas receitas. Eles podem inserir pedidos como "receitas de sopa" para navegar em sugestões para diferentes tipos de refeições ou passar por uma série de perguntas para localizar receitas personalizadas.

Esta é mais uma maneira de gerar tráfego de mídias sociais sem spam ou sem que o cliente se sinta forçado a visitar o site da empresa. Dessa forma, as empresas ajudarão os clientes a encontrar conteúdo relevante.



## Quais benefícios um chatbot pode incorporar aos seus processos corporativos?

### Comunicação entre as equipes

É possível desenvolver chatbots de acesso restrito às equipes e integrá-los a softwares especializados em troca de mensagens, como é o caso do Slack.



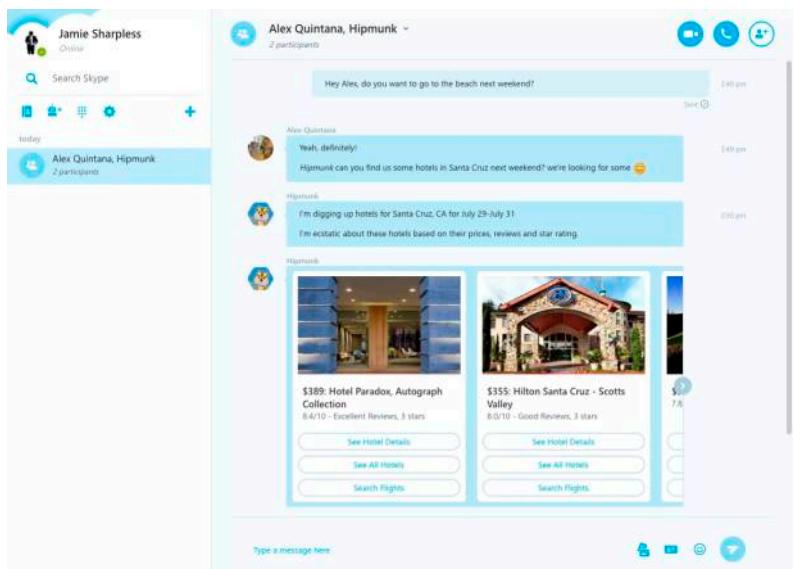
Essa ferramenta foi criada para auxiliar empresas no aprimoramento da comunicação interna, reduzindo a necessidade da troca de infinitos e-mails e da participação em diversas reuniões para tomadas de decisões.

O Slack abre a possibilidade tanto para configurar seu bot padrão (o slackbot) para respostas automáticas, quanto de integração com chatbots próprios, o que facilita bastante a gestão da comunicação.

### Atendimento multicanal

O seu lead ou cliente instalaria um aplicativo para falar com a sua empresa? Por qual motivo? Cada vez mais os usuários estão se perguntando isso antes de instalar um novo app.

Chatbots criam possibilidades de utilizar como canal de relacionamento os aplicativos que as pessoas já possuem, como: Messenger, Skype, Telegram e, quem sabe em um futuro próximo, o WhatsApp.



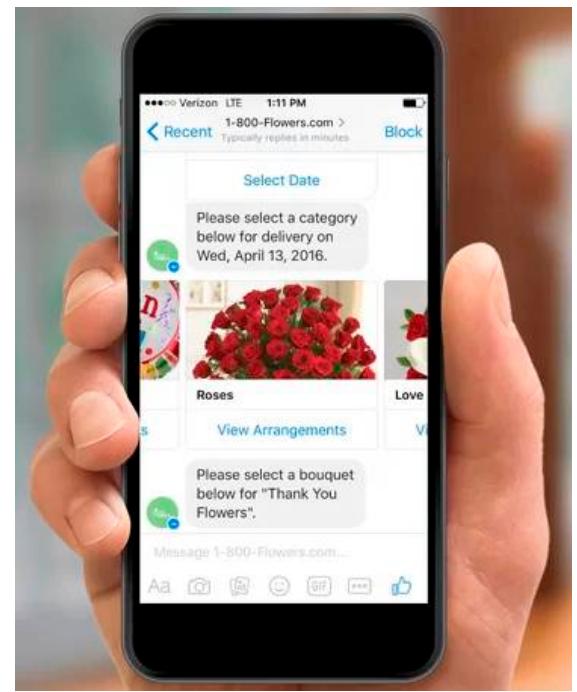
Com isso, a curva de aprendizado é muito inferior, pois dado que os usuários já conhecem esses aplicativos, eles só precisarão abrir uma conversa com o chatbot da sua empresa e começar a interagir.

## Quais benefícios um chatbot pode incorporar aos seus processos corporativos?

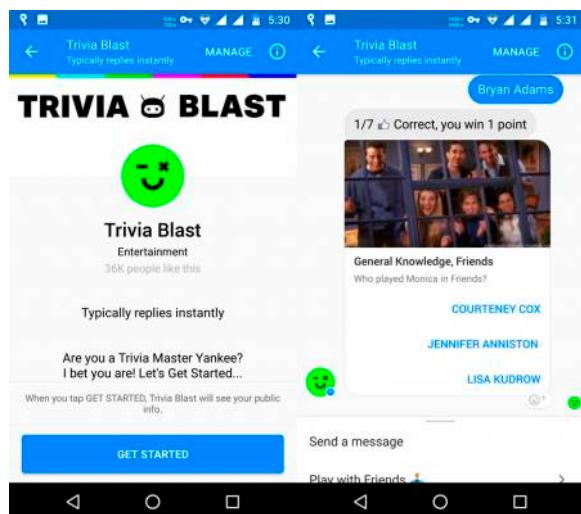
### Compra e Venda de produtos

Um chatbot projetado para vender pode auxiliar no aumento das vendas e, consequentemente, do lucro. É possível usar chatbots para exibir aos clientes os produtos que estão procurando e, com isso, processar as vendas consideradas mais simples diretamente no bot.

O chatbot 1-800-Flowers, por exemplo, foi planejado principalmente para atuar com as vendas, gerando mais facilidade para os consumidores comprarem e encomendarem flores através do chatbot. Como funciona: o bot pede o nome do destinatário, número de telefone e endereço de entrega. Em seguida, ele incentiva os clientes a escolherem qual a categoria de produtos eles estão procurando e exibe produtos relevantes.



### Relacionamento por meio do entretenimento



Se sua empresa quer construir e nutrir relacionamentos com seus clientes, considere projetar um chatbot apenas para entreter - desde que essa abordagem faça sentido para a sua marca.

Os usuários podem optar por receber mensagens futuras e, com isso, passam a receber jogos e outros conteúdos voltados para entretenimento.

O chatbot Trivia Blast, por exemplo, possui foco apenas no entretenimento. Quando os usuários enviam sua primeira

mensagem, o chatbot passa a encaminhar regularmente mensagens para elas com sugestões de jogos, etc. Os usuários podem classificar os jogos por tópico e alguns jogos ainda oferecem a opção de "ver como funciona" ou "desafiar um amigo", trazendo a possibilidade de adicionar mais usuários para o chatbot.

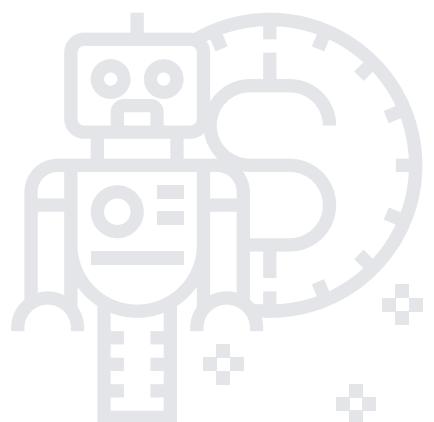
## Quais benefícios um chatbot pode incorporar aos seus processos corporativos?

### Redução de custos

Usar um chatbot é uma alternativa muito interessante para reduzir os custos de uma empresa, principalmente nas áreas de atendimento e melhoria da área de recursos humanos.

Muitas vezes, pela alta demanda de interações, contrata-se um profissional apenas para realizar o primeiro contato com um potencial cliente, que encontra várias dúvidas ao se interessar por um produto ou serviço.

Porém, essas questões poderiam ser facilmente respondidas com a implementação de um chatbot, que terá um custo único para a empresa, e ainda diminui o risco de erros com informações básicas e essenciais ao cliente. Com ele, ficam os históricos, banco de dados completo e, se bem configurado, a satisfação será garantida.



### Otimização de tempo



Se a ideia é captar leads qualificados para vendas, por exemplo, os chatbots podem fazer isso por você. Configure-os com as perguntas corretas e eles reunirão o histórico completo e dados dos usuários, sem que um funcionário precise gastar tempo para isso.

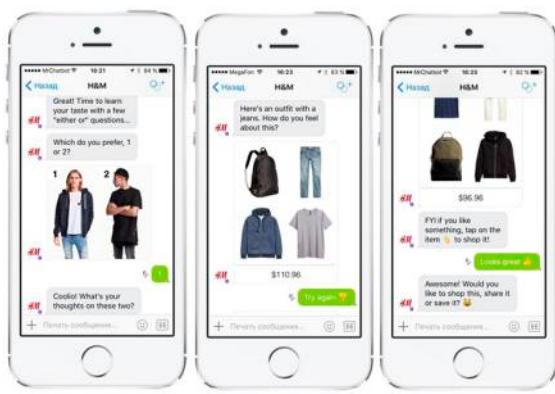
Assim, os colaboradores da empresa conseguem focar no que realmente não pode ser automatizado e exige sua atenção e dedicação. Um analista de mídias sociais, no caso, não precisará perder tempo filtrando mensagens. Poderá, ao invés disso, analisar dados, produzir conteúdo, se relacionar com clientes, entre outras funções que poderão fazer parte de sua rotina.

Um atendente em uma pizzaria não precisará parar para anotar pedidos por telefone, se um chatbot já fizer isso por ele on-line e em uma interface de fácil acesso.

## Quais benefícios um chatbot pode incorporar aos seus processos corporativos?

### Otimização em vendas

Chatbots podem ser empregados para vender produtos mais baratos, por exemplo. Em outras palavras, quando o usuário precisa comprar um produto que não exige um longo ciclo de venda, um chatbot pode rapidamente fornecer as informações necessárias para fechar uma compra mais simples. Um caso de uso ainda mais ideal para bots é o cross-selling, onde o bot pode oferecer produtos que complementam o item que o usuário irá comprar.



Além disso, um chatbot pode também participar parcialmente do processo de vendas gerando leads para o departamento comercial. O bot forneceria um conjunto inicial de informações ao cliente potencial e, assim que um certo nível de interesse for reconhecido, um atendente assumiria a conversa ou o bot redirecionaria o cliente para uma landing page específica.

### Personalização de acordo com a necessidade de cada empresa

Não importa qual é a área de atuação da empresa, o chatbot pode auxiliar de inúmeras maneiras. Se a empresa procura vendas, você poderá direcioná-lo para captar dados do cliente, seja para o telemarketing ou para áreas específicas. Se busca inscrições on-line ou download de um aplicativo, ele poderá direcionar o usuário para sites externos, onde efetivamente preencherá um cadastro.

O chatbot personalizado consegue auxiliar em outras diversas atividades, tais como: agendamento de serviços, realização de pedidos, apresentação e informações da empresa, etc. O mais interessante é que o chatbot pode passar essas informações da maneira mais dinâmica possível: com o uso de imagens, vídeos, dicas e mensagens que tornarão o SAC muito mais completo.



# Quais benefícios um chatbot pode incorporar aos seus processos corporativos?

## Atendimento ao cliente

 As atividades de atendimento ao cliente, como fornecer informações simples ou responder a perguntas frequentes (FAQs) é um cenário perfeito para um chatbot.

Normalmente, a equipe de atendimento ao cliente tende a responder repetidamente às mesmas solicitações. Um chatbot pode determinar a probabilidade de fornecer a resposta correta. Caso o limite de confiança seja atingido, o bot responderá automaticamente, mas em caso contrário, a tarefa poderá ser escalada para um ser humano.

Além disso, o uso do chatbots para atendimento permite aos clientes fazer perguntas abertas que podem ser analisadas posteriormente para saber quais são as informações mais procuradas.

## Oferta de serviços especializados

 Diversas empresas possuem seus próprios aplicativos móveis que oferecem serviços automatizados. Porém, é possível dar um passo adiante se chatbots que oferecem esses serviços no aplicativo do Messenger, por exemplo, forem criados. O serviço de transferência de dinheiro do RemitRadar é um dos melhores exemplos para esse tipo de chatbot. Os usuários do chatbot podem usar serviços automatizados para enviar dinheiro, solicitar taxas de câmbio, encontrar outros locais de transferência de dinheiro, entre outras possibilidades.

A Cemig (Companhia Energética de Minas Gerais) desenvolveu um chatbot que concede ao usuário a oportunidade de resolver online mais de 20 questões que antes só eram possíveis de ser solucionadas pelo Call Center da empresa. O Banco Original também possui um bom exemplo de praticidade, pois permite ao potencial cliente tirar todas as dúvidas sobre a abertura de contas em um chat de inteligência artificial que, ao final da conversa direciona a pessoa para o download do aplicativo que efetua a abertura de contas no banco.

## Concierge

 Um chatbot para concierge pode ser útil para executar tarefas repetitivas. Uma tarefa como a emissão de um pedido de viagem pode ser facilmente realizada respondendo apenas algumas perguntas. Um bot mais inteligente poderia, por exemplo, revisar os pedidos anteriores e fornecer ações rápidas, como "você quer reservar o de sempre?".



## Perspectivas por indústria

Os chatbots vão redefinir as atividades de atendimento ao cliente e os setores de saúde e bancário serão os maiores beneficiados, segundo um estudo feito pela [Juniper Research](#).

A pesquisa divulgada em maio de 2017, "[Chatbots: Retail, eCommerce, Banking & Healthcare 2017-2022](#)", prevê que os chatbots serão responsáveis por uma economia de custos de mais de US\$ 8 bilhões por ano até 2022. Só em 2017 a economia já será superior a US\$ 20 milhões.

O estudo indica que o corte de custos será proporcional à velocidade de atendimento na solução dos problemas dos clientes. A autora da pesquisa, Lauren Foye, explicou: "Acreditamos que os provedores de serviços de saúde e os bancos que usam bots podem esperar economias de tempo médio de pouco mais de 4 minutos por atendimento, com uma economia média de custo entre US\$ 0,50 e US \$ 0,70 por interação".

A conclusão do estudo é que a taxa de sucesso das interações de bots no setor de saúde passará dos 12% atuais para mais de 75% em 2022. No setor bancário, a expectativa é de que a taxa chegue a 90% no mesmo ano.

## Perspectivas por indústria

### Bancos e serviços financeiros

As instituições financeiras tradicionais são particularmente sensíveis aos desafios do mundo em rápida mutação de hoje e estão enfrentando níveis sem precedentes de disruptura contínua.

Um estudo de 2013 identificou o setor bancário como a indústria mais vulnerável a mudanças de comportamento das gerações mais jovens. Um terço das pessoas nascidas a partir do ano 2.000 (milênios) declaram que nem precisarão de um banco em cinco anos<sup>1</sup>.

Dos desafios operacionais e regulatórios à crescente concorrência, uma série de forças poderosas está moldando e mudando o mercado de serviços financeiros:



É claro que as instituições financeiras estão operando em um ambiente de grande turbulência. Embora as forças que desafiem a indústria sejam de natureza diversa, identificamos alguns pontos que precisam de atenção para que se prospere na presença das mudanças em curso.

A grande maioria desses pontos está relacionada a decisões mais inteligentes em como se aborda os dados, sejam eles referentes à comunicação e envolvimento do cliente, a inovação e descoberta e a tomada de decisão e confiança.

<sup>1</sup> [The Millennial Disruption Index](#). Scratch, a division of Viacom Media Networks. 2013

## Perspectivas por indústria



### Bancos e serviços financeiros

A grande maioria desses pontos está relacionada a decisões mais inteligentes em como se aborda os dados, sejam eles referentes à comunicação e envolvimento do cliente, a inovação e descoberta e a tomada de decisão e confiança.

Uma boa prática é começar com a melhoria dos seus processos de engajamento dos clientes. Melhor eficiência no engajamento de clientes ajuda a melhorar a comunicação e a colaboração, o que permite serviços mais personalizados e efetivos



Os chatbots baseados em inteligência cognitiva estão mudando a forma com que os seres humanos e os sistemas interagem com as instituições financeiras, reduzindo custos operacionais e aumentando significativamente a produtividade e a eficiência, em dois processos de atendimento: respostas a perguntas recorrentes (FAQ) e fornecimento de orientação financeira especializada.

Quando necessário, os chatbots podem redirecionar o cliente para um agente humano especializado nas questões específicas do cliente.



**Clique aqui e conheça o InvestBot, o chatbot especialista desenvolvido pela ViaCognitiva para o mercado de investimentos.**





## Perspectivas por indústria

### Seguradoras

O setor de seguros também passa por uma revolução sem precedentes. As seguradoras e toda sua cadeia produtiva estão sendo impactadas por mudanças da economia e por clientes cada vez mais exigentes. Uma série de forças disruptivas está moldando e mudando o ecossistema de seguros atualmente:



Como a indústria de seguros pode preencher a lacuna entre as oportunidades inexploradas e as capacidades atuais? Como os insights ocultos que residem nos dados estruturados e desestruturados poder ser mais bem aproveitados para descoberta, visão, suporte à decisão e diálogo? A resposta é a computação cognitiva.

Os sistemas baseados em inteligência cognitiva criam conhecimento e aprendem, entendem a linguagem natural, e argumentam e interagem mais naturalmente com os seres humanos do que os sistemas tradicionais.

Para superar esses desafios, as seguradoras devem se concentrar em melhorar suas capacidades para desenvolver um maior engajamento entre clientes, intermediários e seguradoras. Isso irá melhorar a comunicação e a colaboração, permitindo assim serviços mais rápidos e efetivos.

## Perspectivas por indústria

### Seguradoras

Um chatbot cognitivo atua como um agente incansável, que oferece assistência especializada e padronizada aos usuários humanos:



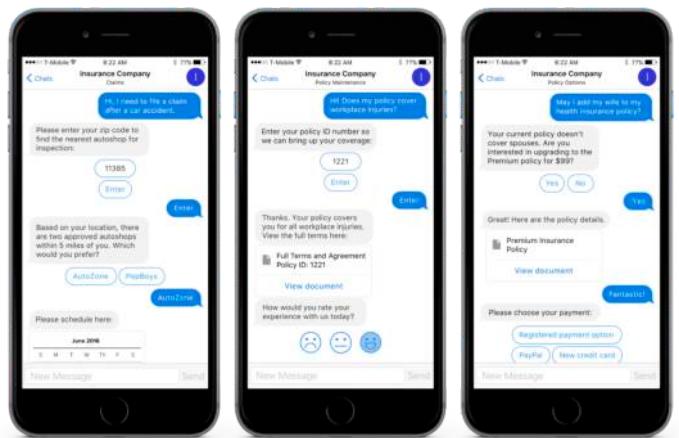
Conversa naturalmente,  
usando linguagem natural.



Leva em consideração o histórico de  
relacionamento para compreender as  
necessidades dos consumidores e  
revele insights para a interação,  
baseados em evidências e contextos.

Citamos como exemplo a plataforma de chatbot baseado em inteligência cognitiva de um fornecedor líder de seguros, que usa as funcionalidades de linguagem natural do Watson para responder a perguntas e fornecer aconselhamento de cobertura sobre os produtos e serviços da empresa, com o objetivo de criar uma experiência de compra online mais atraente.

A solução pode entender o contexto, com base nas informações fornecidas durante a experiência de compra e pode adaptar suas respostas de acordo com essas informações. Ao longo do tempo, a solução incorporará análises de dados dos clientes a partir de big data, para criar uma experiência mais personalizada para cada consumidor.



## Perspectivas por indústria

### Saúde

Quem nunca sofreu com a longa espera para agendar uma consulta médica ou marcou uma consulta com um médico que não era especialista na sua enfermidade?

Os consumidores de hoje querem mais controle sobre sua saúde, bem como cuidados mais personalizados e mais convenientes. Embora uma clara maioria dos executivos da área da saúde compreenda essas demandas, a maioria ainda não consegue entregar.



A inteligência cognitiva pode desempenhar um papel fundamental para melhorar essa situação. Um chatbot pode detectar se estamos doentes e qual a especialidade médica mais adequada para o encaminhamento, fazendo perguntas simples e rápidas, otimizando o tempo de pacientes, atendentes, médicos e enfermeiros. O grande desafio nesse setor é adequar o bot para se comunicar de forma empática e mais precisa com os seres humanos, uma vez que a saúde é um bem fundamental de todos.



Já existem alguns casos em que os chatbots foram integrados aos cuidados de saúde. Um dos mais interessantes foi o Projeto RED (Re-Engineered Discharge), criado pelo Boston Medical Center, nos Estados Unidos. O projeto utiliza um agente virtual chamado "Louise" que auxilia no tratamento de pacientes após a alta médica, ajudando a explicar os cuidados necessários e os futuros compromissos relativos ao tratamento. Os pacientes responderam muito positivamente ao sistema, elogiando o fato de que eles poderiam estudar informações relativas a sua condição médica e tratamento, no tempo que desejarem e descobriram que o bot explicava coisas de uma forma mais simples e acessível. Além disso, os pacientes receberam um guia impresso com a conversa realizada com o bot, permitindo que eles revisassem qualquer informação que foi fornecida. Um benefício futuro pode envolver diagnósticos reais de doenças e condições médicas. Por meio de funcionalidades de envio e processamento de imagem, os indivíduos poderão interagir com um chatbot explicando sintomas e, se necessário, mostrando imagens ao chatbot, para encaminhamento adequado a um médico especialista.

**Clique aqui e conheça o Abralete, o chatbot especialista desenvolvido pela ViaCognitiva para a área de saúde.**



## Perspectivas por indústria

### Varejo

O setor varejista também está em constante mutação. Ao longo da última década, o surgimento dos "consumidores inteligentes" que utilizam tecnologias modernas sem muito esforço, diversificou os modelos tradicionais de negócios do varejo.

Os dias em que as lojas de departamentos ou grandes cadeias de lojas direcionavam promoções para públicos de massa, com base apenas em definições de idade, gênero, residência e renda estão dando lugar a segmentações de mercado complexas, baseadas em informação personalizadas de cada indivíduo.

Em resposta a isso, muitos varejistas surfaram na onda da ruptura tecnológica valendo-se de análises preditivas para descobrir como melhor alcançar seus leads, gerar maiores receitas e obter uma perspectiva muito mais ampla e profunda dos mercados em constante mudança.

No entanto, à medida que a quantidade de dados de clientes continua a crescer, os executivos do varejo temem que as capacidades de análise existentes não sejam suficientes para obter os conhecimentos necessários, para atender plenamente as demandas dos clientes, sempre em crescimento e em constante mudança. Os clientes de hoje exigem experiências de compras completamente personalizadas, em que produtos, serviços e comunicações são entregues a eles no momento, no lugar e no canal de sua escolha.

A computação cognitiva, com seu aprendizado e capacidade de decisão quase em tempo real, fornece um novo conjunto de recursos que podem abrir novas oportunidades para o setor de varejo, aumentando a experiência humana.



## Perspectivas por indústria

### Varejo

Cinco forças específicas estão mudando no cenário do varejo:



Expectativas dos consumidores em constante expansão



Margens cada vez menores



Varejo de autoatendimento (self-service)



Brechas de segurança



Avanço da tecnologia

Como em outras áreas, os clientes atuais do varejo querem rapidez, transparência e interação pessoal com seus revendedores. Embora a maioria dos executivos do varejo compreenda essas demandas, existe uma lacuna significativa entre as expectativas dos clientes e a capacidade dos revendedores de entregá-las.

Os varejistas consideram especialmente ser difícil resolver problemas dos clientes devido à falta de procedimentos padronizados e da insuficiência na qualificação de pessoal. Muitos varejistas também não possuem recursos para usar a grande quantidade de dados disponíveis dos clientes para criar insights, encontrar padrões e entregar experiências relevantes.

Assim como nas outras áreas, uma plataforma de chatbot baseada em inteligência cognitiva pode usar as funcionalidades de linguagem natural do Watson para responder a perguntas e fornecer aconselhamento sobre os produtos e serviços da empresa, com o objetivo de criar uma experiência de compra online mais atraente.

Outro processo desempenhado pelos chatbots, que apresenta grandes benefícios para os varejistas refere-se ao rastreamento da entrega de produtos adquiridos (tracking).

Por considerar o histórico de relacionamento e o contexto das interações, a solução pode entender a necessidade do consumidor, com base nas informações fornecidas durante suas experiências de compra e pode adaptar suas respostas e ofertas de acordo com essas informações. Ao longo do tempo, a solução incorporará análises de dados dos clientes a partir de big data, para criar uma experiência mais personalizada para cada consumidor.



## Conclusão

A computação cognitiva permite que as organizações superem várias lacunas de desempenho, superando as limitações humanas e de sistemas. O cérebro humano pode consumir e processar apenas uma quantidade limitada de informações.

As pessoas também são propensas à fadiga física e mental, bem como a erros. Os sistemas analíticos tradicionais lutam com a ambiguidade. O paradigma tradicional da computação é pré-programado e rígido, incapaz de aprender, raciocinar, relacionar-se ou interagir em linguagem natural. Os sistemas cognitivos, no entanto, criam conhecimento e aprendem. Eles entendem a linguagem natural, argumentam e interagem mais naturalmente com os seres humanos.

*Reduzindo a perda de desempenho*



Fonte: IBM Institute for Business Value.

Para obter o máximo de uma plataforma de chatbot com inteligência cognitiva, as organizações devem entender que, na maioria dos casos, há uma curva de aprendizado a ser cumprida.

## Conclusão

Para abreviar esse período de “treinamento”, as empresas podem se valer da experiência desenvolvida pelas organizações pioneiras de seu segmento, que já implementaram suas plataformas cognitivas. Um mapa resumido do caminho segue três conjuntos de recomendações:

**Empresas com plataformas de chatbot cognitivos identificaram três áreas críticas para o sucesso:**

### 1 Defina o valor

- Ache a oportunidade certa;
- Defina a proposta de valor e trace um curso para a cognição;
- Seja realista sobre a realização do valor.

### 2 Prepare a fundação

- Invista no talento humano;
- Construa e desenvolva um corpus de qualidade;
- Considere as exigências e impactos nas políticas e nos processos.

### 3 Administre a mudança

- Assegure o envolvimento dos executivos;
- Comunique a visão cognitiva em todos os níveis;
- Continue a desenvolver a cultura cognitiva na organização.

Fonte: IBM Institute for Business Value

Podemos ajudar sua empresa nesse caminho

Os desafios para obter os melhores resultados podem ser superados com o acompanhamento de uma consultoria experiente, para desenvolver uma estratégia, um planejamento e uma implementação adequados, com o melhor retorno sobre o investimento.

Estamos à sua disposição para essa jornada.

Entre em contato conosco.

## Veja os Chatbots da ViaCognitiva em ação

Você pode assistir as demonstrações dos chatbots desenvolvidos para vários mercados e segmentos abaixo.

### ViaBot



Conheça o ViaBot, a solução para a sua Central de Atendimento que utiliza a inteligência cognitiva.[Veja o vídeo](#)

### Bancos e serviços financeiros



O InvestBot, é o assistente virtual de investimentos que ajuda a esclarecer dúvidas sobre o mercado de investimentos a qualquer hora do dia ou da noite. [Veja o vídeo](#)

### Saúde



A Abraléte, é o assistente virtual da ABRALE (Associação Brasileira de Linfoma e Leucemia). A Abraléte responde dúvidas sobre o trabalho da ABRALE no tratamento de Linfoma e Leucemia. [Veja o vídeo](#)

### Inovação



O Mister Xper, é o assistente virtual da XPER Social Business que esclarece dúvidas sobre o trabalho da XPER com inovação e Business Transformation. [Veja o vídeo](#)

### Música



O Chatbot de Playlists, é o assistente virtual que apresenta playlists de músicas de acordo com o Gênero ou Artista. [Veja o vídeo](#)



**ViaCognitiva**

[comercial@viacognitiva.com.br](mailto:comercial@viacognitiva.com.br)

+55 (11) 3254-6200

Av. Paulista 2202, 12º andar | São Paulo- SP | 01310-300

[www.viacognitiva.com.br](http://www.viacognitiva.com.br)

Siga-nos nas redes sociais

