

Nome do projeto: Classificação de Leads **Autor(a):** Leticia dos Santos **E-mail:** leticia.santos@multiplike.com.br

CANVAS

Problema

Descreva o problema do negócio

Para determinar se um lead é bom ou não, existe um grande volume de informações a serem consideradas. No entanto, já temos algo estruturado, porém seria importante saber se alguma informação a mais pode influenciar na qualidade desse lead, estando esse dado presente dentro do grande volume de informações.

Como resolver SEM AI

Descreva o processo atual e solução

Atualmente, o processo para resolver o problema de qualificação de leads geralmente envolve a coleta e análise manual de informações dos leads, como finanças, clientes e interações anteriores. Um método alternativo sem AI seria utilizar checklists e formulários padronizados para classificar leads com base em critérios predefinidos, como o perfil do cliente ideal e pontuações atribuídas a características específicas.

Como resolver COM AI

Descreva a solução AI by design

Utilizando AI by design, a solução envolveria a implementação de um sistema de aprendizado de máquina que classificaria automaticamente os leads com base em dados de histórico. O modelo poderia ser treinado com dados históricos para identificar padrões de leads que se tornaram clientes, considerando variáveis como comportamento online, interações em redes sociais e resposta a campanhas anteriores.

Para quem?

Descreva as personas

As pessoas que se pretende atingir incluem: o 'Tomador de Decisão' e 'Analista', que procura soluções eficientes para problemas específicos de negócios; o 'Influenciador', que é responsável pela pesquisa e recomendação de produtos ou serviços; e o 'Executor', que está envolvido na implementação das soluções adquiridas, assegurando que as ferramentas escolhidas atendam às necessidades operacionais.

Dados

Liste dados e fontes

Os dados utilizados incluem informações financeiras completas, dados de interações anteriores (histórico), comportamentos online (navegação no site e interações em redes sociais), feedback de clientes, histórico jurídico dos decisores da empresa lead. Fontes de dados envolvem VADU, carteira de clientes, relatório SERASA etc.

Ferramentas

Descreva as ferramentas

Sim, existem ferramentas de predição e análise de dados, também - no/low-code - é possível também criar um LLM (demanda mais tempo e conhecimento técnico) para classificar os leads, permitindo inclusive realizar simulações.

Indicadores de sucesso

Descreva o(s) indicador(es)

Indicadores de sucesso incluem a taxa de conversão de leads em clientes, o valor médio do pedido, a taxa de retenção de clientes, o tempo médio para conversão de leads e o custo por aquisição de clientes. Além disso, a satisfação do cliente e o feedback sobre o processo de negociação também são cruciais para medir a eficácia da estratégia.