**UNICID**

**Geração de *leads B2B* por mineração de dados.**

**São Paulo**

**2018**

**AGRADECIMENTOS**

Agradecemos a Deus por nos ter dado saúde, força e foco para superarmos todas as dificuldades que passamos no projeto.

A UNICID, seu corpo docente, sua direção e sua administração que oportunizaram a janela que hoje vislumbramos um horizonte superior, vislumbrados pela confiança no mérito e ética aqui presentes.

Ao nosso orientador \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, por cada correção e auxilio que nos deu.

Aos pais, pelo amor, incentivo e apoio incondicional que nos ajudou a manter-nos firmes no decorrer desse TCC.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da nossa formação, o nosso muito obrigado.

**Dedicatória**

Dedicamos este trabalho primeiramente а Deus, por ser essencial em nossas vidas e aos nossos queridos familiares que nos apoiaram em todo esse trabalho, nossos amigos e todos que são de extrema importância em nossa vida, que nos dá fibra e foco para seguirmos em frente.

**INTRODUÇÃO**

Na era da informação, diversas empresas buscam seu espaço, como se moldar para um crescimento efetivo, economia de matérias, tempo e muito mais. Todos os dias aparecem novas tecnologias que buscam evolução nos processos das organizações e também melhoria no dia a dia de todos, E assim nascem novos meios de ver problemas e solucioná-los, métodos mais simples e ágeis que são criados com o auxílio da tecnologia da informação.

Porém ainda há áreas e funções dentro do mundo empresarial que ainda não receberam um grande salto de evolução, não sendo prestigiadas com inovações que automatizem e facilitem o trabalho buscando melhores resultados, e de maneira mais rápida. Dentre essas, está a prospecção de clientes do setor de *marketing* e vendas. A importância do setor de *marketing* para a corporação é gigantesca, segundo a faculdade Instituto Taubaté de Ensino Superior (ITES), o principal objetivo do marketing, em linhas gerais, é o estabelecimento de uma relação de cumplicidade e comprometimento entre clientes e empresa, isto é, o relacionamento que ligará o cliente a empresa, e a prospecção de clientes é uma das ferramentas que buscam essas relações.

A prospecção de clientes é uma poderosa ferramenta, pois possibilita que empresas, organizações ganhem posição no mercado atuante, ela permite a reposição de clientes antigos que já deixaram de fazer negócio com tanta frequência, além de ser um dos principais mecanismos para adquirir novos clientes.”Um dos significados do termo prospectar é: fazer pesquisas e sondagens numa mina ou jazida de minérios para determinar seu provável valor.” (Viana , 2016 , p. np)

Pesquisar e sondar clientes é a essência da prospecção de clientes, e com a popularização da *Internet* a realização de pesquisas sobre clientes vem se tornando uma tarefa cada vez mais simples. A utilização da *Internet* já é um meio muito eficaz para a prospecção de clientes. Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), “Prospecção na *Internet*: quando os clientes da empresa são pessoas jurídicas, a *Internet* pode ser um excelente local para a prospecção, pois atualmente a maioria das empresas possui *web sites*. ” (Sebrae Minas Gerais,2017).

Grande parte das empresas estão utilizando métodos para prospecção de clientes ultrapassados e ineficientes, segundo Aaron Ross, existem três métodos principais para geração e segmentação de *leads[[1]](#footnote-0)*, s*eeds* (sementes), *nets* (redes) e s*pears* (lanças). Todos os métodos possuem pontos positivos e pontos negativos. (2011).

Segundo Bett pode-se entender que s*eeds* (sementes), é um método baseado na boca a boca e em bons relacionamentos. Geralmente, é uma estratégia de médio e longo prazo que tem como objetivo conquistar “evangelizadores espontâneos” para sua própria marca a partir do atendimento de excelência e de boas experiências dos clientes com os produtos que você oferece. E tem como pontos positivos altas taxas de conversão e de fidelização de clientes, porém são caros porque não existe ferramenta para trazê-los de forma automatizada. (Bett,2016)

O segundo é chamado de *nets* (redes), na captação de *leads net* você traz muita gente para o topo do seu funil, mas nem todo mundo que “caiu na rede” é relevante para sua área comercial. O foco é trazer um grande volume de *leads* no menor espaço de tempo possível, no entanto, um grande e que gera-se *leads* fora do segmento de vendas. (Bett,2016)

O último é o *spears* (lanças), este é um método que visa a maior segmentação, a chamada venda consultiva, e idealmente é executado por alguém que esteja exclusivamente dedicado à tarefa. O método traz *leads* de qualidade e com alta probabilidade de fechar a venda, o que ocasiona um curto período de negociação entre o vendedor e o *lead*. Portanto, a taxa de conversão de *leads* tende a se torna cada vez mais alta. Porém, como este é um *lead* de nicho, é difícil trazê-los em grande número, tendo que disponibilizar grande esforço para chegar ao *lead* ideal e para aumentar a taxa de conversão. Por isso, o trabalho do pré-vendedor também não pode ser avaliado apenas a partir de métricas quantitativas, e sim de qualitativas. (Bett,2016).

Os métodos listados acima, possuem grandes problemas, os principais são: consomem muito tempo, tem pouco retorno de *leads* e estão fora de seu segmento de venda.

Sendo assim, há uma necessidade que a prospecção sofra uma evolução. Mas como fazê-la? Como buscar a inovação e a automatização dela? Com a inteligência artificial.

Mas o que é a inteligência artificial (I.A)?

A inteligência artificial é uma tecnologia que fica no caminho entre a ciência e a arte. Seu objetivo é construir máquinas que, ao resolver problemas pareçam pensar.

Inteligência artificial

Por João de Fernandes Teixeira

Mais precisamente, a Inteligência Artificial é o campo dentro da computação que busca automatizar comportamentos e atividades de sistemas e ideias. Conforme disse George F. Luger em Inteligência Artificial:

A inteligência artificial (IA) pode ser definida como o ramo da ciência da computação que se ocupa da automação do comportamento inteligente.

Tendo uma vasta utilização, para melhoria e automatizar aplicações, jogos, processos, sistemas etc. Está crescendo sua importância em diversas áreas, sendo algumas delas a tecnológica, a educacional e a empresarial. Dentro das organizações ela já possui diversas funções, conforme o site Meu Positivo, ela já é utilizada para a segurança de sistemas, automação e solução de problemas, está avançando para auxiliar no processamento e análise de dados, está também auxiliando no recrutamento e seleção, entre muitos outros.

Sendo assim, a I.A é uma área excelente para a automação de funções como busca e tomada de decisão.

A ferramenta dentro da Inteligência Artificial escolhida para esse trabalho foi o “*Data Mining*”, a mineração de dados.

*Data Mining* ou Mineração de dados, “É o processo de explorar grandes quantidades de dados à procura de padrões consistentes, como regras de associação ou sequências temporais, para detectar relacionamentos sistemáticos entre variáveis, detectando assim novos subconjuntos de dados.” (CETAX, 2016)

O intuito deste projeto visa atuar nos pontos fracos dos três métodos de prospecção de clientes citados acima, assim criando um *software* que gere um grande volume de *leads* dentro do segmento de vendas de forma rápida para o público-alvo *Business to Business (*B2B) ou

Empresa para empresa.

O software será desenvolvido para que automatize a geração de *leads*, utilizando o *Data Mining* e selecionando empresas com perfil de clientes semelhantes aos atuais e que terão maior chance de se tornar um cliente para a empresa.

**LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

**B2B** - *Business to Business*, ou Empresa para empresa

**ITES** - Instituto Taubaté de Ensino Superior

**SEBRAE** - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

**REFERENCIAS:**

http://ites.com.br/noticias/importancia-do-marketing-nas-organizacoes-contemporaneas/

[https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=lang\_pt&id=79q5DAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=inteligencia+articial&ots=u6az5\_ccV-&sig=Q70dili9WvcWXN\_MuUZnGQ0mg2c#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=lang_pt&id=79q5DAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=inteligencia+articial&ots=u6az5_ccV-&sig=Q70dili9WvcWXN_MuUZnGQ0mg2c" \l "v=onepage&q&f=false)

<https://www.meupositivo.com.br/panoramapositivo/inteligencia-artificial/>

BETT,B. **O que é geração de leads e como segmentá-los?,2016.** Disponível em: **<<https://www.exactsales.com.br/academia-exact-blog/geracao-de-leads-e-como-segmenta-los/>>.** Acessado em: 20 maio,2018.

Cetax.**Data Mining: O que é, conceito e definição**, 2016

Disponível em:<<https://www.cetax.com.br/blog/data-mining/>>, Acessado em:31 maio, 2018.

KELLER, K. L.; KOTLER, P. **Administração de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall,** 2006.

Ross,A.**Predictable Revenue: Turn Your Business Into a Sales Machine with the $100 Million Best Practices of Salesforce.com**

**,Pebblestorm, 2011**

Santos,B,**O que é lead e por que você deveria trabalhar com esta estratégia?**, 2017.Disponível em:<https://blog.hotmart.com/pt-br/o-que-e-lead/>, Acessado em:1 jun. 2018.

Sebrae Minas Gerais,**Como prospectar clientes?**, 2017, Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/noticias/como-prospectar-clientes,aee6abb978efb510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>, Acessado em:31 maio, 2018

Viana,A.**Prospecção de clientes: o que é, qual a importância e como fazer**,2016. Disponível em:

<<https://www.outboundmarketing.com.br/prospeccao-de-clientes/>>, Acessado em:31 maio, 2018

1. *Lead* é um potencial cliente que demonstrou interesse em consumir o seu produto ou serviço.(Santos,2017) [↑](#footnote-ref-0)