

MATHEUS HENRIQUE BUTKOSKI SILVA

4 SEMESTRE- TADS UNIVEL

Empresa Escolhida: Amazon

Amazon é uma empresa multinacional de tecnologia norte-americana com sede em Seattle, Washington. A companhia se concentra no e-commerce, computação em nuvem, streaming e inteligência artificial. É considerada uma das cinco grandes empresas de tecnologia, juntamente com Google, Apple, Microsoft e Facebook.

Utilização de Big Data e Resultados

Com tantas opções para os consumidores, se torna fácil ficar sobrecarregado com tantos produtos e serviços. Como os clientes podem encontrar qualquer coisa quando se existem milhões de produtos? A resposta é Big Data. A Amazon aproveita os dados dos consumidores para impulsionar as vendas, personalizar a descrição dos produtos, e implementar preços dinâmicos. Estima-se que a Amazon muda seus preços cerca de 2.5 milhões de vezes por dia, isso tudo através do Big Data

Uma das maiores formas da Amazon utilizar os dados é através da sua função de recomendação. Quando um cliente procura um determinado item, isto permite prever o que mais pode interessar a esse cliente. Subsequentemente, isto permite à Amazon agilizar o processo de persuadir um cliente a comprar mais um produto. Pensa-se que o seu sistema de recomendação personalizado é responsável por 35% das vendas anuais da empresa.

Recursos Utilizados

A Amazon tem os dados, mas como os obtêm? A razão pela qual eles são os líderes no armazenamento, processamento e implementação de dados é porque têm alguns dos programas de captação de dados mais eficazes. Além disso, a empresa utiliza a análise preditiva para o marketing direcionado. Isto, por sua vez, aumenta a satisfação do cliente e aumenta a lealdade do consumidor.

1. Sistema de Recomendação Personalizado.

A Amazon foi pioneira na utilização de um software específico para adaptar as recomendações personalizadas aos consumidores. Chama-se Collaborative Filtering Engine (CFE). Como sistema, o CFE funciona analisando os padrões de compra de clientes em compras recentes, lista de desejos, e carrinho de compras. Também extrai informação de produtos que foram classificados pelo consumidor, bem como dos seus produtos mais pesquisados. Toda esta informação treina o algoritmo CFE para fazer melhores previsões sobre os gostos e aversões dos utilizadores.

2. Modelo de Envio Antecipado:

Sabe-se que a Amazon é reconhecida pelos seus rápidos prazos de entrega. Porém, em outros países essas entregas são ainda mais rápidas, nos Estados Unidos, por exemplo os clientes podem receber a entrega no mesmo dia ou em poucas horas diretamente em suas casas. Isto é possível através do modelo de entrega antecipada licenciado da Amazon. Essencialmente, a Amazon utiliza dados dos consumidores para prever o que vão comprar e quando vão fazê-lo. Em seguida, estimam quando vão precisar deles. Os produtos previstos são então enviados para um armazém determinado pela localização do consumidor, para que estejam prontos para entrega assim que um cliente solicitar.

3. Alexa:

Alexa é a clássica assistente virtual da Amazon, a empresa oferece assistentes virtuais para uso dessa assistente virtual, tais como o Echo Dot e o Echo Show. Estes produtos incluem altifalantes e/ou câmera fotográfica e são utilizados para vários fins, como receber alertas meteorológicos, atualizações de notícias, etc, tudo isso em um simples comando de voz à distância. Ainda assim, o que não se percebe é que os comandos de voz estão sendo gravados. Estas gravações áudio são captadas e carregadas para os servidores da Amazon e a explicação da empresa é que isto ajuda a treinar o reconhecimento de voz para ser mais eficaz. No entanto, para muitos clientes, isto torna-se rapidamente uma preocupação de privacidade. A empresa utiliza essas informações para prever possíveis compras dos clientes, e dessa forma recomendar os produtos certos no site ou na tela do dispositivo da assistente virtual que o cliente possui em sua casa.

Conclusão:

A verdade é que a Amazon não existiria sem o Big Data. Esta não é apenas uma das maiores empresas de varejo do mundo, mas também uma das maiores empresas de dados. Sempre que se utiliza a Amazon, eles recolhem milhares de informações pessoais nos bastidores e fazem isso através de práticas de privacidade veladas e sem que o cliente saiba. Dessa forma utilizam o Big Data para lhe servir mais conteúdo aos clientes e ganhar mais dinheiro.