



Documentação do Projeto

Equipe

Luiza Nunes de Jesus - 99768

Melissa de Oliveira Pecoraro - 98698

Pamella Schimalesky Engholm - 551600

Pedro Marques Pais Pavão - 550252

Roberto Menezes dos Santos - 552520

Descrição do problema

Em um mercado varejista cada vez mais competitivo, a inovação e a captação da atenção do cliente são fundamentais para o sucesso.

Imagine o seguinte cenário: Rodrigo, ao entrar em suas redes sociais, se depara com anúncios de produtos completamente irrelevantes para seus interesses e gostos, passando a ignorá-los completamente.

A partir do exemplo acima podemos entender e aprofundar melhor a problemática da publicidade tradicional.

Quando os anúncios não se conectam com as necessidades, desejos ou interesses dos consumidores, eles são facilmente ignorados. A saturação desses anúncios erroneamente direcionados pode, no pior dos casos, gerar sentimentos negativos, como irritação e repulsa, prejudicando a imagem da empresa.

Errar o público-alvo faz com que a empresa deixe de conquistar clientes potenciais por não direcionar seus esforços para o público certo, diminuindo o impacto da campanha, e consequentemente, o retorno sobre investimento.

Em contrapartida, empresas que investem em publicidade direcionada se destacam no mercado, atraindo e fidelizando clientes. Ou seja, a concorrência fica em vantagem.

Em suma, diariamente as empresas investem grandes quantias em publicidade. Direcioná-las para pessoas erradas, no momento inadequado, gera falha de conexão ao público-alvo, consequentemente, enorme desperdício de recursos e tempo.

Solução

Nós desenvolveremos um modelo de predição de comportamento juntamente a um sistema de recomendação personalizada.

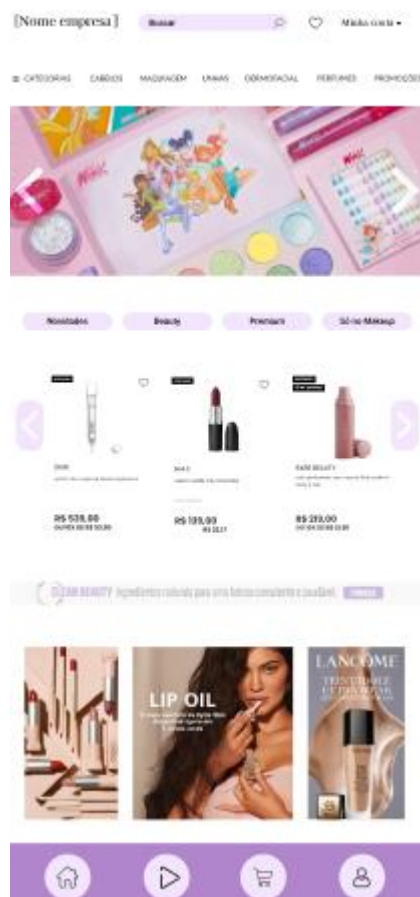
A personalização e precisão da publicidade direcionada são ferramentas poderosas que permitem destaque em um mercado competitivo, conquistando a atenção do cliente, o prendendo ao produto.

Através de tecnologias de última geração, como deep learning e inteligência artificial generativa, é possível analisar dados de forma complexa e precisa, identificando padrões e tendências de consumo de cada usuário, criando segmentações personalizáveis ao público.

Nós teremos transparência sobre essa coleta e uso de dados, dando ao cliente opções de controle e privacidade, seguindo as leis do LGPD.

Juntamente a isso, pensamos em uma forma inovadora de aplicar esse sistema.

Veja a imagem abaixo:



Este é um exemplo de app de uma loja de venda de cosméticos. Percebe algo incomum?

Note que há um ícone de vídeo na aba de navegação. Através dele é possível acessar uma TimeLine infinita de vídeos e carrosséis.

O que isso significa?

Nos últimos anos estamos vendo um crescimento na popularidade de TimeLines infinitas, tendo como exemplo TikTok, reels no Instagram, shorts no YouTube, dentre outros... Nossa ideia é integrar a TimeLine infinita à experiência de compra. Trazendo um ambiente onde o app da loja utiliza vídeos dinâmicos para oferecer seus produtos.

Unificar essas funções com a experiência de compra, cria um ambiente único onde a descoberta de produtos se torna uma jornada empolgante e personalizada.

Como funciona?

“Com apenas um toque, você pode ir de sonhar com o produto a tê-lo em suas mãos, sem a necessidade de sair do aplicativo.”



Ao entrar no app da loja, o cliente verá um vídeo de publicidade dos produtos vendidos no aplicativo, podendo dar “like” (coração), adicionar ao carrinho, navegar pelo perfil da marca ou produtos semelhantes, entrar no menu principal (imagem anterior) ou rolar para baixo, continuando a ver os vídeos.

Os vídeos podem ser das campanhas publicitárias, reviews, dicas... Ou seja, diversos conteúdos que ajudariam o cliente a decidir sua compra.

Caso a empresa deseje apenas contratar nosso modelo de previsão e recomendação personalizada para implantar de maneira tradicional em outros apps, também será possível...

Demais funções:



A Mai também terá a opção de consultoria. Por meio de um aplicativo próprio, será possível a empresa contratante acompanhar os resultados (por meio de relatórios) da implementação do nosso produto, como cliques nas propagandas, número de vendas, número de acessos, clientes etc.

De forma geral, o como a Mai está influenciando no resultado de vendas da empresa. Nele também estará incluso o suporte ao contratante.

Vantagens:

Vídeos criativos e visualmente atraentes demonstram as funcionalidades dos produtos em ação, aumentando a chance de o cliente despertar interesse e comprá-lo.

Ao se encantar por um produto na timeline, basta um toque para acessar informações detalhadas e realizar a compra com praticidade. O processo é rápido, seguro e sem interrupções, permitindo a finalização da compra sem sair da experiência imersiva do aplicativo, tornando as compras intuitivas.

Quanto mais interação com a plataforma, mais ela aprende sobre os gostos e preferências do usuário. O algoritmo inteligente ajusta a timeline para oferecer sugestões cada vez mais personalizadas, garantindo que você sempre encontre algo que te interessa.

Público-alvo

Consumidores:

Nosso produto terá como principal público-alvo aqueles que preferem consumir conteúdo rápido e dinâmico em formato de vídeo.

Assim como compradores que desejam realizar suas compras de forma rápida e intuitiva, tendo a possibilidade de comprar os produtos sem a necessidade de navegar entre vários apps.

Consumidores que: utilizam smartfone para realizar comprar, valorizam a experiência personalizada, buscam informações completas sobre os produtos, possuem a tendência de tomar rápidas decisões.

Empresas:

Empresas que visam melhorar seu ROI, estão interessadas em aplicar um serviço novo no mercado, aumentara visibilidade da marca, impulsionar suas vendas, aumentar o engajamento com o cliente e alcançar novos públicos.

Produtos semelhantes

O uso da inteligência artificial aumentou consideravelmente em comparação a alguns anos atrás, principalmente em áreas como detecção de ameaças e fraudes, automatização de processos em TI, análise de negócio, marketing e vendas. Um estudo realizado pela IBM em 2022, “IBM Global AI Adoption Index 2022”, indica que a taxa global de adoção de Inteligência Artificial é de 35%.

O marketing preditivo, em resumo, prevê comportamentos dos consumidores através da análise de dados, a fim de personalizar as formas de publicidade e comunicação para o cliente alvo. Em 2020, a empresa Salesforce realizou uma pesquisa com mais de 15 mil consumidores mundiais, a “State of the Connected Customer”, concluindo que 66% dos clientes esperam que suas necessidades sejam de conhecimento das empresas.

Empresas como Amazon, Netflix e Google, utilizam IAs nos sistemas de recomendação para os clientes, de acordo com suas pesquisas e gostos pessoais, previamente estudados por inteligências artificiais. Além disso, o Instagram e o Tiktok também possuem sistemas de recomendação para seus usuários, entretanto esses aplicativos, em meios de comparação com o projeto, sugerem vídeos e carrosséis de postagens que chamam a atenção de seus usuários.

A solução proposta nesta documentação possui um sistema de predição semelhante aos das empresas citadas acima. Afinal, realizará uma análise de dados com base nas pesquisas e gostos dos clientes diretamente no site ou aplicativo da empresa parceira (que irá adquirir o projeto), para que a publicidade realizada seja direcionada aos perfis dos clientes correspondentes. As recomendações serão exibidas em forma de vídeos e carrosséis de postagens, com descrições e fotos de itens diretamente no site da empresa, com informações relevantes de acordo com o tipo de empreendimento.

Até o momento não encontramos aplicativos de vendas que possuem integração com TimeLine infinita, portanto, esse seria um diferencial inédito no mercado.

Modelo de receita

O nosso modelo de receita seria através da venda da implantação da timeLine (juntamente ao sistema de inteligência artificial que ela utiliza) no app do contratante. Após a implementação haveria uma mensalidade afim de arcar custos de manutenção e atualizações do software e upload de vídeos.

Também será possível contratar apenas o nosso modelo de IA original, que segue os padrões tradicionais de hoje em dia.

Outra opção é a venda da consultoria por meio do app próprio da MAI. Nele estarão relatórios exclusivos, com opções de personalização.

