

Chatbot como ferramenta para os negócios empresariais

Maycon Willian Alves da Silva¹, Gabriel Moya Nascimento²,

Rafael Henrique Dalegrave Zottesso³

¹Campus Paranavaí – Instituto Federal do Paraná (IFPR)

Paranavaí – PR – Brasil

mayconwas2018@gmail.com, gabrielmoya201415@gmail.com,
rafael.zottesso@ifpr.edu.br

Atualmente, com o avanço das tecnologias aliado à internet, as empresas passaram a identificar cada vez mais os possíveis clientes em potenciais. Segundo Cabral (2018) com essa nova estratégia de negócio, o uso do marketing digital passou a focar nas preferências dos usuários em virtude do seu histórico de consumo, baseado em mecanismos de busca como o Google ou até mesmo em avaliações realizadas através de compras em lojas virtuais como faz o site do Reclame aqui.

O presente trabalho tem o objetivo de apresentar os benefícios da utilização dos chatbots como uma ferramenta de diálogo entre a empresa e o consumidor, otimizando tarefas de atendimento ao cliente como: dúvidas, sugestões e reclamações proporcionando um ganho satisfatório nos processos de solicitações e atendimento com relação aos clientes conforme menciona Yuan (2016). Isso já pode ser visto em grandes empresas do comércio digital como Magazine Luiza, Uber e até mesmo em segmentos bancários como o Bradesco que já utilizam um canal de comunicação como o chatbot para melhor atender seus usuários.

Diante deste cenário procuramos exemplificar quais métodos e aplicações contribuem para o aprimoramento dos serviços prestados pelas empresas, seja qual for o ramo de atividade é possível criar um mecanismo de atendimento que solucione as principais dúvidas dos usuários como: informações do pedido, rastreamento do produto, 2ª via de nota fiscal, troca e devolução do produto. Essas funcionalidades podem ser geridas através de um chatbot automático dentro da plataforma escolhida seja ela web ou mobile, respondendo questionamentos simples que anteriormente só eram possíveis através do contato telefônico com a empresa.

Conforme descreve Volpato (2018), o uso dessa ferramenta permite que as empresas melhorem seu relacionamento com os clientes, pois aproxima de forma simples o primeiro contato com o usuário fornecendo informações úteis sobre o processo de compra ou características de um determinado produto. Além dessas funcionalidades o conteúdo da aplicação pode ser alterado de acordo com a necessidade da empresa, adaptando-se as suas características organizacionais como também ao perfil dos seus usuários.

Espera-se que com essa abordagem as empresas possam melhorar sua comunicação e agilidade nos processos de vendas e atendimentos, pois a aplicação dos chatbots já é uma realidade no atual cenário brasileiro, e permite que qualquer empresa seja ela de médio ou pequeno porte possa aderir a essa ferramenta. Além disso, o chatbot pode ser aplicado a outras tecnologias, como a Inteligência Artificial, podendo evoluir

como ferramenta de comunicação, passando de um diálogo automatizado com perguntas pré-programadas, para uma realidade interativa onde a ferramenta aprende com o usuário e busca fornecer respostas práticas aumentando o nível do diálogo e procurando atender cada vez melhor o cliente.

Referências

- Volpato, Felipe, (2018) “Os 7 principais usos de chatbots nas empresas”. Disponível em <http://www.globalad.com.br/blog/os-7-principais-usos-de-chatbots-nas-empresas/>. Acessado em 10 de Junho de 2018.
- Yuan, Michael, (2016) “Um guia para desenvolvedores de chatbots”. Disponível em <http://www.imasters.com.br/desenvolvimento/um-guia-para-desenvolvedores-de-chatbots>. Acessado em 09 de Junho de 2018.
- Cabral, Isabela, (2018) “O que é chatbot? Entenda como funciona o robô que conversa com você”. Disponível em <http://www.techtudo.com.br/noticias/2018/03/o-que-e-chatbot-entenda-como-funciona-o-robo-que-conversa-com-voce.ghtml>. Acessado em 10 de Junho de 2018.