

# INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL IMPULSIONA O MERCADO DE VENDAS DIRETAS NO BRASIL

**Considerada uma das gigantes do mercado de cosméticos, a Mary Kay investiu em assistentes virtuais para facilitar a vida de consultoras e clientes**

POR MARCELO BRANDÃO

Diante da crise econômica e do desemprego em massa, muitos brasileiros encontraram, no mercado de vendas diretas, uma boa oportunidade de ganhar dinheiro. Dados da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (ABEVD) mostram que o setor movimentou R\$ 40,4 bilhões em 2016. Além disso, o Brasil ocupa a quarta posição no ranking da World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA), atrás apenas de Estados Unidos, Japão e China. Para conseguir dar suporte às novas e antigas consultoras, gigantes do setor, como a empresa de cosméticos Mary Kay, vêm recorrendo à tecnologia.

No ano passado, quando viu a sua área de atendimento crescer na mesma velocidade com que as pessoas buscavam uma nova fonte de renda, a companhia se deparou com um grande desafio: melhorar a qualidade e a produtividade do seu call center. Já não era mais possível, por exemplo, continuar com um sistema que só funcionava em horário comercial, quando boa

parte dos contatos era feita à noite e nos finais de semana. Para superar esses entraves, a Mary Kay percebeu que era hora de se render à inteligência artificial. Gerente-sênior de customer service da empresa, Andrea Castejon destaca que, mais do que aumentar a base de consultoras, o objetivo da mudança era prestar um serviço de excelência para a força de vendas independente da marca.

Com a nova ferramenta, contratada e gerida pela Plusoft – empresa brasileira líder no desenvolvimento de soluções multicanais para o relacionamento com clientes – a Mary Kay mais do que dobrou a capacidade de atendimento da equipe. “O AVI nos proporcionou uma retenção de 89% dos clientes nesses canais e uma redução de aproximadamente 70% no volume de e-mails”, diz Andrea.

## MAIS MOBILIDADE AO TIME

O AVI também agradou em cheio às consultoras de beleza da marca. Isso porque, ele opera

tanto no sistema restrito do site como no aplicativo Minha Assistente MK, possibilitando que elas tenham acesso a produtos e pedidos de forma mais rápida e 24 horas por dia – o que, de quebra, diminui a necessidade de contato via telefone. “Conforme a ferramenta vai sendo utilizada e abastecida de conteúdo por parte da Mary Kay, ela fica mais inteligente e oferece um serviço ainda melhor”, diz Andrea.

A inteligência artificial vive, no Brasil e no mundo, seu grande momento no mercado de relacionamento com clientes. Vice-presidente de operações da Plusoft, Solemar Andrade destaca que o uso desse tipo de tecnologia vai muito além do atendimento. “Ela possibilita maior resolutividade, conhecimento do cliente e diminuição de custos”. Por essas e outras possibilidades, os AVIs se destacam, hoje, como instrumentos capazes de melhorar a produtividade das empresas, fomentando a economia e oferecendo a um número cada vez maior de pessoas a chance de empreender. ■

