

Software de *chatbots* há muito. Mas soluções adequadas à comunicação do cliente, em português de Portugal, numa plataforma segura, é outra coisa. É por isso que a *startup* Visor.ai não para de crescer e está já a aumentar o capital.

Texto: Patrícia Oliveira

Fotos: Victór Machado

Como se aproximar dos clientes com inteligência... artificial

Quando a Fox Portugal lançou a sua última grande campanha de marketing de 2019, com resultados inesperados de participação dos espetadores, que eram convidados a dar voz aos trailers das séries dos seus canais televisivos, tudo o que foi necessário foi uma boa ideia e o software da Visor.ai. Os portugueses enxamearam o WhatsApp da Fox com milhares de ficheiros áudio, que depois foram ouvidos e selecionados através da plataforma criada por esta jovem empresa portuguesa especializada em *chatbots*.

A *startup* começou parte daquilo que faz hoje em dia, em Julho de 2016, quando a Beta-i e a Câmara Municipal de Lisboa lançaram uma *hackathon* para tentar resolver alguns problemas identificados pela autarquia, entre os quais o da comunicação com os municípios. Num fim de semana desenvolveram uma demo para mostrar como essa comunicação podia ser feita. A autarquia gostou da ideia, mas já tinha uma app que dava resposta a esse problema e colocou o desafio seguinte: seriam eles – três amigos de infância, Gianluca Pereyra, Gonçalo Consiglieri e Bruno Matias, os sócios maioritários – capazes de criar uma solução para responder de forma automática às questões mais frequentemente colocadas? Começaram por ajudar através do Facebook Messenger.

A experiência anterior destes empreendedores, com uma primeira empresa que “não estava a correr nada bem” – como admite agora o CFO e COO, Gonçalo Consiglieri –, ensinara-lhes que antes de irem mais longe, era importante validarem

se existiam empresas ou organizações dispostas a pagar por este tipo de solução. Existiam. Havia imensos serviços semelhantes que automatizavam respostas através do Messenger, mas identificaram dois segmentos *premium* entre as grandes empresas, a banca e os seguros, que têm outros requisitos de segurança e de parametrização, e foi entre esse público que se diferenciaram. Com o investimento que já tinham, da RedAngels e de um grupo espanhol, redirecionaram a empresa para esta área de software para *chatboot*. “Como aprendemos com os erros, hoje a história é outra”, garante.

Com efeito, a Visor.ai (uma abreviatura de virtual advisor e inteligência artificial) foi crescendo a desenvolver novas soluções complementares. “O que temos agora são muitos clientes a partilhar as suas reais necessidades e, se estas se enquadram no nosso software, procuramos soluções personalizadas para isso”, explica o CEO, Gianluca Pereyra. A própria Câmara Municipal ainda é cliente, mas já tem um upgrade de software que agora se encontra não só nas redes sociais, mas também no site, através de outros canais de comunicação com o município. “Evoluímos aos poucos do chat para os outros canais”, reforça o CTO, Bruno Matias. “O nosso interlocutor é tipicamente um responsável de contact center ou um diretor de operações, a quem o chat ajuda a reduzir a necessidade de pessoal para algumas respostas automáticas, mas que tem também de lidar com o email e as chamadas telefónicas.” No último semestre de 2019 começaram a adaptar o sistema que já tinham para integrar o canal de email, que tem textos mais longos e anexos, que o software tem de

70%
Taxa de Eficiência
Uma média de 7
em 10 pedidos é
automaticamente
resolvido.



conseguir identificar, compreender e processar automaticamente ou reencaminhar internamente.

“O objetivo não é automatizar 100% as operações”, intervém Gonçalo Consiglieri. “Apenas o que é simples e repetível. O bom sistema automático é aquele que sabe quando tem de sair de cena. Daí a importância do .ai, nas palavras de Bruno Matias: “Tudo o que é inteligência artificial foi criado por nós. Custou muito, mas não estamos arrependidos. Em 2016 começámos com software de outros *providers*, mas encontramos limitações e decidimos criar tecnologia nossa, afinada para o português de Portugal.”

ARGUMENTOS DE DIFERENCIAÇÃO

O objetivo da Visor.ai no desenvolvimento de produto é mesmo a aposta no português, não só de Portugal, mas também para os PALOP (têm um cliente em Angola) e para o Brasil, e, mais recentemente, o castelhano, com um projeto na Colômbia através do Grupo Jerónimo Martins, que poderá abrir as portas da América Latina. “Não há tantas soluções para estas línguas consideradas

periféricas”, refere o COO, “mas se juntarmos os falantes das duas são um décimo da população mundial, não é um nicho assim tão pequeno, temos muito espaço para crescer.”

A exportação de serviços da Visor.ai começou em 2019 com interlocutores que surgiram em Portugal. Porque, naturalmente, os clientes são as grandes organizações, aquelas que precisam de resposta para um grande volume de comunicações. Sejam soluções para o público final, como a da Câmara de Lisboa, ou para dar apoio a diferentes sucursais espalhadas pelo país, como no caso dos bancos, ou no apoio aos recursos humanos da empresa, para processar automaticamente recibos de salário, ou pedidos de férias, por exemplo.

Para além do português, outra mais-valia da solução Visor.ai está nas mãos do seu CTO: “Tentamos criar produtos low code, o que significa que pessoas

O QUE DIZEM OS PARCEIROS E INVESTIDORES

A Visor.ai, quando ainda se chamava Jesbee, cruzou-se com a Beta-i e a LC Ventures (o braço de investimento da Beta-i) em 2015, quando participou no programa de Aceleração Lisbon Challenge Fall'15. Pedro Falcão, Managing Partner da LC Ventures recorda: "Eram uma plataforma de chat na qual os utilizadores eram recompensados por verem ou ouvirem publicidade contextual com base nas mensagens trocadas e depois trocavam os créditos por produtos e serviços na loja da Jesbee." Foi depois de participarem no programa de aceleração Smart Open Lisboa (SOL) da Beta-i para a Câmara Municipal de Lisboa, em 2016, que "os *founders* perceberam que havia maior potencial de utilização da tecnologia desenvolvida caso se focassem em B2B". Desde então, a Visor.ai tem sido uma startup muito próxima da Beta-i. Participou e foi selecionada em outros programas de inovação aberta, como o Proteching (Fintech, Insurtech e Healthtech), The Journey (Turismo) e Data Pitch (em parceria com a União Europeia). No entanto, não é apenas a Beta-i que dá apoio à Visor.ai. "A prática da inovação colaborativa caracteriza o nosso trabalho. Se no passado lhes facilitámos mentoria, abertura de oportunidades de negócio, investimento e proximidade no nosso hub, a Visor.ai já foi nossa parceira na exploração de projetos de Business Innovation Design, deu mentoria e partilhou a sua história a startups do programa de aceleração Lisbon Challenge e foi speaker das nossas talks (Beta-Hour), por exemplo", acrescenta Pedro Rocha Vieira, CEO e Co-Founder Beta-i.

sem conhecimentos técnicos conseguem mexer na plataforma e manipular o chatboot, porque o nosso interlocutor nas empresas não é o IT." Segundo Bruno Consiglieri, um bom argumento de vendas é mesmo este: "Quando chegamos ao responsável de contact center, que não sabe programar e geralmente está refém do IT interno ou de empresas externas dispendiosas, dizemos: está aqui o sistema, de que é que precisa? Montamos à frente dele uma drag-and-drop e explicamos que ele próprio pode fazer aquilo sem estar dependente de ninguém."

Portanto, quando compete com grandes consultoras, a Visor.ai não está a vender um serviço, está a vender um produto com o serviço inicial de adaptar o produto às necessidades do cliente, dar formação e, depois, mensalmente, um acompanhamento para verificação de dúvidas. "Normalmente os clientes veem muito mais vantagens na nossa plataforma e acabam por comprar mais funcionalidades", resume o CEO. Um dos novos *features* lançado pela Visor.ai é um *integration hub*, um módulo que o cliente pode integrar com qualquer outro sistema. Uma seguradora, por exemplo, quando recebe contactos de pessoas que querem fazer pagamentos, em vez de mandar a pessoa ao site pedir uma referência de multibanco, agora consegue fazer a integração direta com o sistema que gera essa referência e a pessoa recebe logo a forma de pagamento.

Um bom exemplo desta relação de crescimento com os clientes, é o da Tranquilidade. João Luís Marques, do Departamento de Operações e Serviço ao Cliente explica que, para além de a seguradora utilizar a Visor.ai para a resposta automatizada, pelo site, pelo chat normal, e pelo WhatsApp, a grande parte das questões básicas da gestão de apólices, está neste momento em fase de arranque um projeto que permitirá a utilização de IA para triagem de cerca de 2500 emails diários e de eventuais automatizações de respostas, quando as mesmas dizem respeito a falta de documentação ou a respostas básicas. Nestes projetos, a tecnologia da Visor consegue interagir com os sistemas CORE e de CRM da seguradora. "A escolha da Visor foi feita pelo grande dinamismo da equipa e por um espírito de real parceria num ambiente de ganhos claros para ambas as partes."

A EVOLUÇÃO DOS CANAIS

Devido à natureza dos principais clientes, bancos e seguradoras, a Visor.ai teve de criar o seu próprio canal de chat, o ChatWidget, que é o mais utilizado, "O sistema fechado e todo construído por nós dá uma outra confiança às áreas de compliance e legal", diz o CEO. A seguir vem a utilização do Facebook Messenger e cada vez mais do WhatsApp. Mas com a entrada da empresa no email, Gianluca Pereyra acredita que rapidamente o volume deste canal se irá sobrepor aos outros.



6 RAZÕES PARA DAR VOZ AO SEU CHATBOT

1 - Interações mais Rápidas

As interações entre cliente e empresa são mais rápidas, pois o toque deixa de ser necessário. Ou seja, deixa de ser preciso recorrer à escrita ou ao clique de botões.

2 - Inovação que traz Clientes

Ao melhorar a sua solução de chat, torna o seu produto mais competitivo no mercado comercial.

Os produtos mais inovadores, por norma, geram sempre curiosidade. Por consequência, essa curiosidade traz mais potenciais clientes para a sua empresa.

3 - Aumento da Inteligência Artificial do seu Bot

As pessoas quando falam não têm tanto cuidado como quando escrevem. Esse descuido origina novas formas de fazer os pedidos/questões. Por conseguinte, a dimensão da sua base de conhecimento aumenta. Quanto maior for a diversidade de comandos que o seu bot analisa, mais inteligente fica.

4 - Redução de Custos

Quando aposta em soluções automatizadas, está a apostar na produtividade do seu serviço.

Com um bot eficiente, permite que a sua equipa resolva assuntos mais complexos que necessitam de mais tempo e atenção.

5 - Inclusão Social

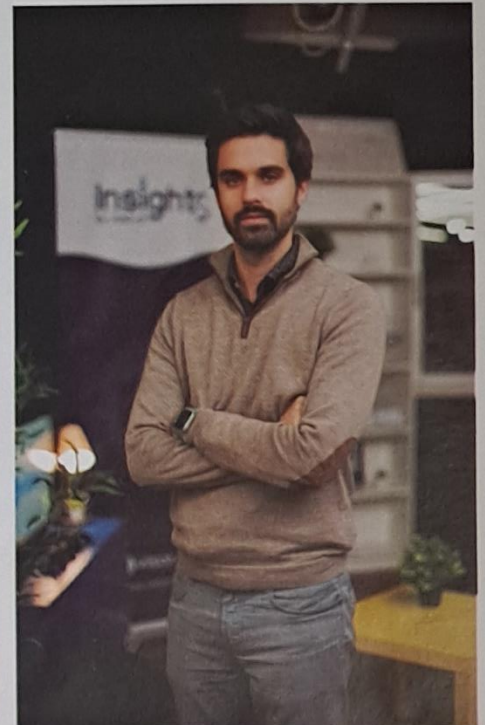
A possibilidade de usar a voz, torna a sua solução de chat acessível a pessoas que não conseguem ou não podem escrever.

Torna-se assim um meio de inclusão social, podendo ser utilizada por qualquer pessoa, com incapacidades ou não.

6 - Aumento da Satisfação do Cliente

Quantas mais opções oferecer para facilitar as interações com o seu apoio ao cliente, maior será a satisfação dos clientes.

In blog Visor.ai



“Tentamos criar produtos low code, o que significa que pessoas sem conhecimentos técnicos conseguem mexer na plataforma e manipular o chatbot, porque o nosso interlocutor nas empresas não é o IT.”

No entanto, o futuro deverá estar em chatbots mais humanos – que perguntam simplesmente o que a pessoa necessita e, depois, interpretam e compreendem – e mais transacionais. Neste último caso, aquilo que as apps dos mercados asiáticos já estão a fazer, pagamentos através de chatbot. Até por causa da normativa europeia PSD2, que obriga os bancos a ter sistemas para que entidades externas possam aceder aos dados ou executar operações bancárias, como no caso de a pessoa ter uma app de gestão de gastos e querer usá-la para transferir dinheiro da sua conta.

Com uma elevada taxa de retenção de clientes, o crescimento da empresa tem sido consistente e rápido (de 400% entre 2017 e 2018 e de 250% em 2019), sem publicidade nem vendas, apenas por referência ou através de programas de aceleração de startups, com muito apoio da Beta-i (ver caixa). De quatro pessoas, em 2016, passaram para dezoito no início de 2020 (com uma média de idades de 27 anos, “puxada para cima” pelos três sócios maioritários, de 31 anos), e só recentemente montaram uma equipa comercial e de marketing. Aliás, é para suportar esta nova etapa da estrutura da empresa, que faturou 400 mil euros no ano passado e espera duplicar em 2020, que está prestes a terminar uma ronda de investimento de 1,1 milhões de euros, liderada pela LC Ventures (ver caixa). Devido à retração dos investidores durante a pandemia, a empresa procurou também outras formas de financiamento alternativo, como fundos públicos para a atividade de investigação e desenvolvimento e a obtenção de linhas de crédito bonificado, “com a vantagem de o crescimento da empresa não levar à diluição dos sócios atuais”, confessa Gianluca Pereyra. Porque ainda há muito por onde crescer. **F.**