

TRANSFORME DADOS EM MELHORES DECISÕES:

Os 4 tipos de análises e suas aplicações

Por Germano Vasconcelos, PhD em Inteligência Artificial pela University of Kent, no Reino Unido, e sócio-fundador da Neurotech.

ÍNDICE

De olho na história	3
Dados, para que servem ?	5
A realidade dos dados hoje	11
Aplicações de IA e Big Data que já estão por aí	15
O gestor eficiente na era da sociedade hiperconectada	18
Entenda as análises e quais as mais indicadas para seu negócio	20
Análise descritiva	21
Análise diagnóstica	24
Análise preditiva	28
Análise prescritiva	31
Como as soluções são construídas	36
Além de tudo isso, por que automatizar a análise de dados?	38
Analisar dados para crescer	40
Concluindo	41
Sobre a Neurotech	45

No século 19, o médico John Snow mostrou como analisar dados é útil em problemas da nossa sociedade.

Snow coletou dados e descobriu que o agente causador de um surto de cólera em Londres vinha da água do rio Tâmisa, um "agente da água", ao contrário da crença à época que o responsável era um "agente do ar".



Duas companhias de água foram apontadas como as principais culpadas pela epidemia.

Ao final, o trabalho de Snow, considerado o pai da epidemiologia moderna, sentou as bases para muitos métodos aplicados até hoje na investigação de causas de doenças contagiosas.

Nada mais atual e importante para o momento que vivemos hoje, a análise de dados se torna uma **GRANDE FERRAMENTA** para auxiliar no combate ao novo coronavírus.



A avalanche de dados é imensa e técnicas automatizadas são relevantes para a velocidade com que as decisões precisam ser tomadas.

Há relatos do uso de Inteligência Artificial e Big Data em assistentes virtuais de saúde que tiram dúvidas e aconselham, no auxílio ao diagnóstico de lesões do pulmão, no reconhecimento facial, detecção de febre e distância entre pessoas, ou na pesquisa de drogas, vacinas e tratamentos para combate ao vírus. Os exemplos se multiplicam.

DADOS, PARA QUE SERVEM?

Dados carregam informações. Após coletados, organizados, cruzados e interpretados, transformam-se em insights que facilitam e direcionam a solução de problemas, e o entendimento de situações complexas.

NA ERA DIGITAL, ELES SÃO ATIVOS AINDA MAIS RELEVANTES.

Se usados da forma eficiente, direcionam estratégias de sucesso para as organizações.

A partir de dados é possível levantar estatísticas, contar histórias, identificar padrões, explicar situações e apontar tendências.

Dados geram o conhecimento fundamental para a tomada de decisão. Mas compreender o que os dados brutos dizem não é tão simples, é necessário refletir primeiro com que objetivo serão usados.

Em outras palavras: você precisa pensar "que resposta desejo tirar dos dados?"

A explicação para o aumento das compras em uma linha de produtos?

O risco de aprovar uma transação financeira?

Ou a previsão de demanda por um serviço?



Sozinho, cada dado não tem muito valor, porém somado a outros do negócio, eles contribuem com conhecimento determinante para gestores e empresas se destacarem na realidade digital que vivemos.



QUEM É QUEM?

Os dados que circulam nas organizações e no meio digital são divididos em estruturados e não estruturados.

DADOS ESTRUTURADOS

são aqueles com formato pré-definido, capturados e armazenados em bases de dados.

São exemplos o cadastro e as transações de compras dos clientes guardados no sistema da empresa.



DADOS NÃO ESTRUTURADOS

são basicamente todos os tipos de dados que não possuem um modelo pré-definido.

Exemplos são os textos de e-mails, dados de smartphones, informações de redes sociais, imagens e vídeos.



DADOS QUANTITATIVOS

Também conhecidos como numéricos, eles podem ser contados e medidos.

Quantas peças há no estoque, o preço, a idade dos clientes, a altura deles, o tamanho de roupa que usam, quantos dependentes eles têm, são exemplos de dados quantitativos.



Estudos estimam que entre 80% e 90% dos dados existentes no mundo são não estruturados. Embora já muito utilizados, seu completo domínio e aproveitamento ainda é um desafio.

DADOS DISCRETOS

são dados quantitativos que representam contagens. O número de chamadas de um cliente ao call center, a quantidade de parcelas atrasadas, o número de produtos no catálogo são alguns exemplos.

DADOS CONTÍNUOS

são dados quantitativos que podem ser medidos entre um número infinito de valores. Como exemplos, o tempo para achar um produto no e-commerce, a distância para a loja mais próxima ou o preço de um produto.

DADOS QUALITATIVOS

Também chamados de categóricos, expressam qualidades ou características. São não numéricos por natureza.

Exemplos incluem o sexo, o nome, o estado civil, o endereço, a cor do cabelo, a faixa etária e a etnia de um indivíduo.

DADOS ORDINAIS

São dados qualitativos em grupos que expressam uma ordem. Categorias como "muito pouco", "na média", "bastante", apresentam uma graduação na informação.

DADOS NOMINAIS

São dados qualitativos em grupos sem ordem associada. Por exemplo, não há nenhuma relação de ordenação entre as categorias Sedan ou SUV nos modelos de automóveis em uma apólice de seguros.



ANOTE AÍ:

Não adianta coletar uma quantidade imensurável de dados se você não souber como analisá-los ou não usar as ferramentas certas para compreender as informações. Desta forma, eles são inúteis e não geram valor. Também é vital fazer a organização entender o processo de uso dos dados: de onde virão, quais os tipos de análises, que resultados são esperados e como será medido o impacto no negócio.

É aqui que entram a Inteligência Artificial, o Big Data e a Aprendizagem de Máquina (do inglês, Machine Learning) para construir as soluções.

Para entender o que se pode extrair de conhecimento dos variados tipos de dados é preciso coletar, organizar, analisar e interpretar cada pedaço deles.

Só assim os gestores acessam informações de qualidade, que impactam nas decisões. Dados do seu cadastro, operação, compras, estoque, clientes e prospects carregam muita riqueza de informações.

Se antes a tomada de decisão era baseada em experiências e, até, intuição, com o uso dos dados, ela se torna mais segura, rápida e precisa.

Até um tempo atrás, os dados usados eram apenas de bases internas das empresas, capturados da operação e armazenados nos sistemas corporativos.

Com a transformação digital, a realidade é outra. A forma das pessoas se relacionarem mudou profundamente nos últimos anos.

Hoje, mais de 65 bilhões de mensagens são enviadas no Whatsapp, mais de 100 milhões de fotos e vídeos são postados no Instagram e cerca de 3,5 bilhões de buscas são realizadas no Google, em um único dia.

A esse oceano de dados e um arsenal de ferramentas relacionadas chamamos de Big Data.

FELIZMENTE, A TECNOLOGIA AVANÇOU COM VELOCIDADE CAPAZ DE TRATAR OS DADOS DE FORMA EFICIENTE, RÁPIDA E ASSERTIVA.

Computadores e algoritmos modernos de Inteligência Artificial encontram cada vez mais aplicações com desempenho superior à capacidade humana.



DADOS PRECISAM SER ORGANIZADOS

Antes de se tornarem insumos úteis para análise, **os dados precisam ser coletados, integrados e organizados**, para depois serem criadas as soluções de apoio à decisão e acompanhamento de resultados.



1. COLETAR DADOS DE VÁRIAS FONTES

Coletar dados de bases internas da empresa, bases externas disponíveis para consulta, e dados coletados da internet permite usufruir da riqueza das informações nos dias atuais.

Cada fonte de dado deve ser coletada por plataformas de software ou aplicativos de acordo com seu tipo e formato.



2. INTEGRAR E ORGANIZAR

Os tipos de dados devem ser integrados para viabilizar análises futuras. Dados não estruturados (sinais da internet, textos, imagens, por exemplo) precisam ser estruturados.

Os dados devem ser representados em um formato (normalmente uma tabela) que facilite a criação das soluções de análise.



APLICAÇÕES DE IA E BIG DATA QUE JÁ ESTÃO POR AÍ



VAREJO E FINANCEIRO

- Conquistar clientes no perfil desejado
- Prevenir fraudes
- Conceder crédito com mais eficiência
- Controlar riscos de inadimplência
- Realizar ofertas pelo canal certo
- Prever e prevenir a evasão de clientes

Feita com aplicações de IA,
a análise de dados pode:



SEGUROS

- Estimar o risco de sinistros
- Prever riscos de roubo e furto de veículos
- Detectar fraudes
- Precificar melhor os produtos
- Identificar perfis com chance de conversão
- Conquistar clientes no perfil desejado

APLICAÇÕES DE IA E BIG DATA QUE JÁ ESTÃO POR AÍ



SAÚDE

- Auxiliar no diagnóstico de pacientes
- Detectar anomalias e câncer em imagens
- Identificar drogas propensas ao tratamento de doenças
- Analisar sintomas através de chatbots
- Propor o tratamento certo para o paciente certo
- Mapear a disseminação de epidemias



SEGURANÇA

- Identificar intrusos em ambientes seguros
- Verificar a identidade de usuários
- Detectar fraudes em ambientes corporativos
- Prevenir a invasão em redes de computadores
- Monitorar e detectar comportamento suspeito

APLICAÇÕES DE IA E BIG DATA QUE JÁ ESTÃO POR AÍ

INDÚSTRIA

- Detectar falhas na linha de produção
- Otimizar processos e políticas
- Criar veículos autônomos
- Monitorar sinais de veículos e motoristas
- Inspeccionar peças através de imagens
- Detectar gases em ambientes de risco



SERVIÇOS VARIADOS

- Gerar ações de marketing personalizadas
- Padronizar procedimentos e processos
- Prestar assistência virtual por voz ou texto (chatbots)
- Ajustar preços baseado na antecipação de demandas
- Analisar processos jurídicos
- Fazer recomendações em serviços de streaming

Enfim, há infinitas possibilidades de uso dos dados para dar novo rumo ao seu negócio!

Entender do negócio hoje vai além da experiência e boa formação profissional do gestor

A tecnologia soma-se à qualificação dele e descortina horizontes muitas vezes encobertos. Com uso da IA você pode entender melhor a complexidade do mercado atual e os riscos para a sustentabilidade da sua organização.

Justamente pela hiperconectividade na qual a sociedade se encontra, o comportamento do consumidor se transforma cada vez mais rápido. Contar com o Big Data e a IA para acompanhar essas mudanças é fundamental, pois mantém atualizadas as estratégias com informações personalizadas sobre o cliente e previsões que podem afetar a empresa.



Para garantir o sucesso na operação,

O GESTOR MODERNO DEVE BASEAR SUAS DECISÕES EM DADOS, OU SEJA, DEVE COLOCAR O "DADO NO CENTRO DO PROCESSO DE DECISÃO".

De olho nos concorrentes: a transformação digital nos negócios pede pela implementação de metodologias ágeis e tecnologias para facilitar a tomada de decisão. Elas reduzem drasticamente a margem de erro dos gestores.

Nas organizações, a pressão está por todos os lados. São os concorrentes, mercado incerto, clientes voláteis e difíceis de fidelizar e modelos de negócios em constante mudança. As ferramentas tecnológicas têm ajudado cada vez mais a enfrentar essas e outras dificuldades. Mais precisamente, a IA e suas aplicações.



ENTENDA AS ANÁLISES E QUAIS AS MAIS INDICADAS PARA SEU NEGÓCIO

As soluções de análise de dados são utilizadas para efetuar leitura e interpretação dos negócios de uma organização, facilitando o redirecionamento dos planos e ações de negócios.

Há basicamente quatro tipos de análise: descritiva, diagnóstica, preditiva e prescritiva.

Cada uma delas serve um objetivo específico, sempre com o propósito de otimizar ganhos, processos ou solucionar desafios.

A tecnologia viabiliza este conjunto de análises imprescindíveis para fundamentar a definição de estratégias de sucesso.



ANÁLISE DESCRITIVA

O que está acontecendo?



ANÁLISE DIAGNÓSTICA

Por que está acontecendo?



ANÁLISE PREDITIVA

O que vai acontecer?



ANÁLISE PRESCRITIVA

O que devo fazer?

ANÁLISE DESCRITIVA

A análise descritiva ajuda a entender o que aconteceu ou está acontecendo na sua organização.

São usados números, indicadores, gráficos e estatísticas que apoiam as decisões. É uma das formas mais antigas e conhecidas de análise de dados e continua a gerar informações valiosas para gestores e empresas.



Ferramentas de
visualização e
interpretação de
DADOS
são grandes
aliadas nesse tipo
de análise.

Entender informações demográficas e o perfil dos clientes de uma empresa, por exemplo, ajuda os responsáveis a definir novas estratégias.

Em uma rede de lojas do varejo, entender que faixa etária comprou mais, que produtos, em que região, que volumes, com que frequência, em que momento na safra, é fundamental para campanhas de marketing. Ou para fazer previsão de demanda dos produtos com qualidade.



QUEM USA E PORQUE?

Um bom exemplo é o desenvolvido para uma grande seguradora de automóveis no Brasil pela Neurotech. O objetivo era entender os números e características do mercado em relação aos corretores, cotações realizadas e efetivação das propostas de seguros da empresa.

A análise identificou que a seguradora trabalha com um número ligeiramente maior (27%) de corretores com alto volume de cotações e alta taxa de efetivação dos seguros, em relação à mediana. Assim como há um percentual de corretores com número baixo de cotações e baixa conversão (26%), número baixo de cotações e alta efetivação (24%), e número alto de cotações mas baixa efetivação (24%).

Com mais informações, análises mais ricas puderam ser feitas. Por exemplo, quando os dados foram avaliados para áreas geográficas de baixíssimo risco, houve um grande aumento de cotações convertidas (39%) por corretores com alto volume de cotações.

De forma contrária, foi observado um percentual muito menor de efetivação (16%) dos corretores com baixo volume de propostas. Essas estatísticas evidenciam a utilidade da análise descritiva para entender melhor os dados e transformá-los em informações mais valiosas para o negócio.



A análise diagnóstica procura explicar porque algo ocorreu ou está ocorrendo

Nesse tipo de análise estamos normalmente interessados em descobrir as causas-raiz de uma situação, problema ou comportamento.

A análise diagnóstica é eficaz para conhecer os impactos e alcance de uma ação, identificando as prováveis razões do sucesso ou insucesso.



Assim como possibilita a compreensão de medidas que devem ser tomadas para alcançar os resultados pretendidos.

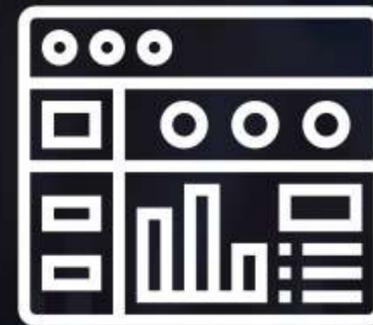
Descobrir o perfil dos melhores e piores produtos, em termos de venda, lançados em uma campanha é um caso de análise diagnóstica.

Ao identificar os perfis dos clientes que não compraram o produto também é possível avaliar o que motivou este resultado, possibilitando corrigir a estratégia.

Examinar correlações nos dados ou extrair regras que associam as informações disponíveis são ferramentas usadas para capturar conhecimento e descobrir insights do que está acontecendo.

Nesses casos, alguns algoritmos de aprendizagem de máquina podem ser aplicados.

Além destes, painéis (dashboards) que consolidam dados e monitoram valores e indicadores ao longo do tempo são muito úteis na análise diagnóstica.



Ela é muito utilizada nos departamentos comerciais e pode ser combinada com análises preditivas para fazer projeções futuras. Geralmente, necessita da intervenção humana, e isso acontece com avaliação dos cenários possíveis de cada ação.

QUEM USA E POR QUÊ?

Uma grande empresa de cosméticos no Brasil questionou a Neurotech se seria possível identificar as razões para a perda recente de desempenho nas vendedoras que trabalham em regime de revenda por catálogo, ou venda porta a porta.

Ao detectar as causas para a redução de performance a empresa poderia acionar medidas pró-ativas para incremento das vendas.

Seja através da recuperação das próprias vendedoras ou adoção de novas estratégias de mercado.



COM USO DE APRENDIZAGEM DE MÁQUINA,

para identificar padrões, e ferramentas de visualização para exibição de indicadores e associações nas informações, foi possível descobrir insights relevantes para explicar a redução de performance.



Por exemplo, foi observado que 27% das vendedoras também passaram a trabalhar para as duas maiores concorrentes. Uma pequena parcela (1,5%) das vendedoras haviam falecido, outras 15% haviam simplesmente se aposentado ou 6% se aposentado e migrado para a concorrência.

Além disso, mais de 18% das vendedoras, por possuírem uma renda anual inferior a R\$ 60 mil, também buscaram complemento na concorrência. No final, a análise diagnóstica permitiu descobrir pontos de atenção relevantes na gestão da empresa e que auxiliaram na orientação de ações futuras.

ANÁLISE PREDITIVA

A análise preditiva visa a responder o que provavelmente vai ocorrer.

Nela, padrões identificados nos dados em casos passados são usados para montar soluções capazes de prever o que pode acontecer em situações futuras.

É o tipo de análise mais utilizada e conhecida, pois possibilita que as empresas tomem decisões com base na "antecipação" do provável resultado da decisão.



Estimar o risco de alguém não pagar uma compra a crédito.



Prever a chance de um veículo ser roubado com meses de antecedência.

Este tipo de análise utiliza conhecimento dos gestores e uma grande variedade de ferramentas estatísticas, de aprendizagem de máquina e aprendizagem profunda (do inglês, deep learning). Muitas vezes isso envolve grandes quantidades de dados para chegar a probabilidades e previsões.

É aplicável em diversos mercados e pode ser combinada ou não com as análises prescritiva e diagnóstica para a tomada de decisões.

QUEM USA É POR QUÊ?

Uma grande rede varejista buscava melhorar a performance do seu e-commerce.

Como muitos de seus consumidores tinham um limite de crédito baixo, procurou uma tecnologia que aumentasse a capacidade de compra de seus potenciais consumidores sem aumentar a sua exposição ao risco.

Utilizando a ferramenta da Neurotech puderam averiguar o risco, estimar adequadamente os limites e passaram a aprovar o crédito para compras online em tempo real.

No PDV, o cartão passou a ser emitido em 7 minutos, aumentando muito o poder de compra, a satisfação dos clientes e, claro, os resultados de vendas.



A análise preditiva também ajudou uma das maiores seguradoras do país a reduzir os índices de sinistralidade de automóveis.

Para isso, recorreu à Neurotech para o desenvolvimento de uma solução. A primeira ação realizada foi o enriquecimento da base de dados da companhia para, com base em informações seguras, melhorar a tomada de decisão que passou a ser baseada em inteligência artificial.

A plataforma criada integrava a aferição de risco e passou a identificar 17% de potenciais sinistros em apenas 5% das propostas.

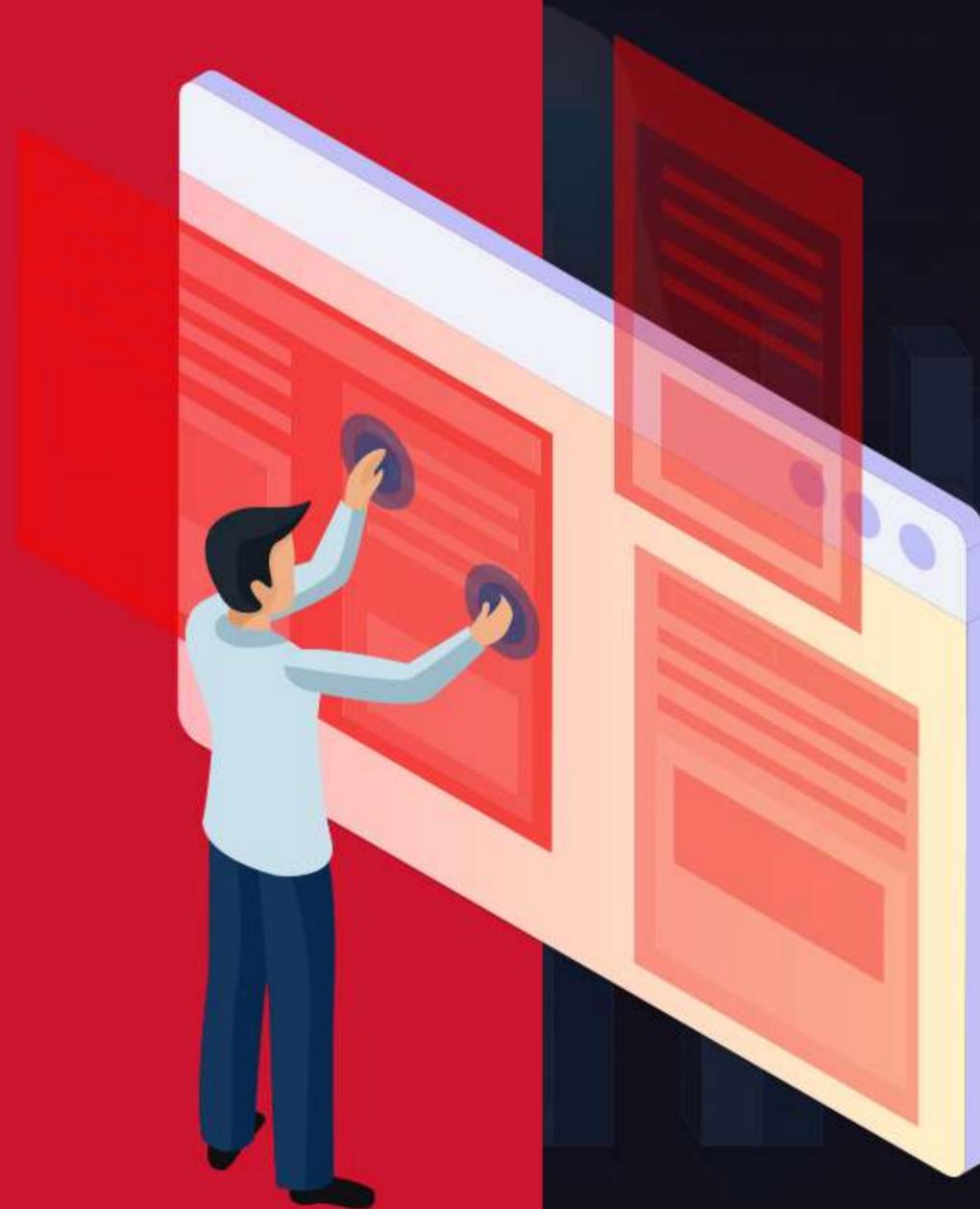
A transformação digital na seguradora gerou um ROI de 500%, 20% na queda de sinistros e 5% de redução no custo anual da sua estrutura de TI.

A análise preditiva mostrou, no final, como é possível prever riscos, potencializando decisões que vão levar a melhores resultados.

ANÁLISE PRESCRITIVA

Na análise prescritiva o objetivo é responder o que devo fazer.

Ela orienta quanto às consequências de decisões, antes delas serem tomadas, e recomenda caminhos possíveis a partir de cenários analisados.



Essa análise serve para orientar os gestores quanto ao melhor caminho para alcançar um resultado.

E faz isso a partir de simulações que identificam comportamentos futuros, ou seja, consequências de estratégias pretendidas.

Uma situação é a recomendação de ações, produtos e serviços baseados em estratégias campeão-desafiante (do inglês, champion-challenger).

Nesse caso, estratégias de decisão alternativas (desafiantes) são testadas contra a atual (campeã) para comparar resultados e sugerir a melhor opção.



A análise prescritiva fornece alternativas aos gestores. Ela permite estabelecer planos para o negócio, baseados em dados, buscando melhores resultados.

No exemplo do varejo, teríamos não apenas as estatísticas da análise descritiva e as razões do sucesso de produtos da análise diagnóstica, mas também tendências e lançamentos sugeridos.

Em outro exemplo, a análise prescritiva prevê problemas em maquinários e orienta a agenda de manutenção para evitá-los.

QUEM USA É POR QUÊ?

As empresas de varejo financeiro estão sempre em busca de otimização do risco vs retorno de suas carteiras de crédito. Particularmente, uma importante marca observava taxas mais altas de inadimplência nos planos de financiamento a longo prazo e procurava soluções para controlar os riscos, focando nos financiamentos de curto prazo.

A Neurotech investigou o problema de maneira ampla, relacionando as taxas de inadimplência com os prazos de financiamento, as faixas de comprometimento de renda dos clientes e as margens financeiras em termos de percentual do faturamento.

A análise mostrou que embora a inadimplência e o comprometimento de renda fossem mais baixos nos planos de curto prazo, a maior rentabilidade do negócio estava nos planos de longo prazo.

Os números evidenciaram, por exemplo, uma margem pelo menos 3 vezes maior nos dois planos com prazos mais longos, quando comparados com os dois planos de prazos mais curtos.

Nesse caso, não apenas foi apontado que a inadimplência não deveria ser considerada sozinha, como foi indicado que os planos de longo prazo deveriam ser estimulados. Além disso, a solução descobriu que planos com prazos "intermediários" mostravam margens financeiras negativas. No final, esse exemplo contundente de análise prescritiva mostrou caminhos para otimizar resultados.

Um segundo exemplo foi proposto pela Neurotech e implantado em uma empresa de gestão de cobranças de grandes instituições financeiras. Com a análise de uma carteira de mais de 1,5 milhão de inadimplentes, foram criados modelos de "ratings" para segmentar as cobranças em grupos, de acordo com a chance de sucesso na conversão.





A partir da avaliação das receitas e custos em cada grupo, a solução recomenda as cobranças para os grupos com melhor rating e, adicionalmente, maior margem financeira. Para os grupos com baixa chance de conversão são sugeridas ações de menor custo.

Tomando por base as cobranças em um único mês da operação, por exemplo, as ações direcionadas aos 3 grupos com melhor rating gerariam um resultado de 50% de margem líquida, considerando o montante a ser recuperado. Além disso, as recuperações cobririam cerca de 90% da receita financeira de toda a carteira.

O resultado final é a redução de custos operacionais, a otimização dos recursos da empresa e a potencialização de ganhos financeiros em toda a carteira de cobrança. Esse é um exemplo da combinação da análise preditiva com a análise prescritiva para a recomendação de ações estratégicas.

COMO AS SOLUÇÕES SÃO CONSTRUÍDAS

Depois que os dados são coletados e integrados, se torna possível a modelagem dos dados: em outras palavras, criar as soluções de análise de dados.

Quando concluídas, as soluções são colocadas em produção. A partir daí, são acompanhadas para medir desempenho e resultados no negócio.



3. CRIAR SOLUÇÕES DE ANÁLISE DE DADOS

É necessário validar, limpar e enriquecer os dados para eliminar erros e incoerências, tratar dados incompletos e criar novas variáveis que capturam informações do problema.

Os dados podem ser usados para criar modelos descritivos, diagnósticos, preditivos e prescritivos com os algoritmos estatísticos e de Machine Learning. Aqui, gestores com conhecimento do negócio são fundamentais na construção das soluções.



4. ACOMPANHAR OS RESULTADOS NO NEGÓCIO

Por fim, as soluções precisam ser monitoradas para garantir aderência e resultados relevantes.

Análises estatísticas com indicadores técnicos e financeiros, software de relatórios, dashboards e outras ferramentas se juntam para acompanhar as soluções e interpretar resultados.



ALÉM DE TUDO ISSO, POR QUE AUTOMATIZAR A ANÁLISE DE DADOS?

A resposta à pergunta é simples: eficiência e precisão.

Ao automatizar a análise de dados, as chances de erros ao executar um projeto diminuem.

A operação se torna mais rápida, é possível escalar utilizando o imenso universo de dados que fazem parte do mundo atual e os riscos também diminuem.

Processos automatizados resultam em liberação de capital humano para atuar em outras necessidades da empresa.

Haverá uma tendência cada vez maior de colocar computadores para executar processos repetitivos e demorados, deixando para as pessoas as tarefas mais criativas e cognitivas.

UMA NÚVEM DE BENEFÍCIOS



ANALISAR DADOS PARA CRESCER

A era digital trouxe recursos que auxiliam os gestores a direcionarem a empresa para o sucesso. Ou seja, agrega inteligência competitiva à operação. Não fazer parte desta mudança é arriscado.

Deixar de lado o valor dos dados para o negócio não é apenas uma decisão em descompasso com o mundo moderno, pode comprometer a competitividade e a sustentabilidade da sua empresa.

Dez consequências por não aplicar a análise de dados aos negócios

1. Desconhecer seu consumidor
2. Colocar no mercado produtos que não atendam à necessidade do cliente
3. Atender ao cliente de maneira lenta e desatualizada
4. Não se diferenciar em relação ao concorrente
5. Perder oportunidades de negócios
6. Deixar de fidelizar o cliente
7. Reduzir a produtividade da sua equipe
8. Não entrar em novos mercados
9. Não ter sua marca associada à inovação
10. Dispensar informações relevantes e estratégicas

CONCLUINDO

Na sociedade hiperconectada cada operação gera um volume imenso de dados que se tornam valiosas fontes para a tomada de decisão nas empresas.

Esse conjunto de informação é denominado Big Data e pode ser obtido de bases internas mas também de fontes públicas, além da internet, como blogs, vídeos, mídias sociais, ferramentas de CRM, imagens e aplicativos, entre outras.



A photograph of a business meeting. Several people in suits are gathered around a table. One person is pointing with a pen at a document on the table. The document features a bar chart with five bars of varying heights, a pie chart, and a donut chart. The background is slightly blurred, showing office windows and interior lighting.

Correlacionados, estes dados podem trazer insights importantes para as empresas. Eles ajudam a analisar resultados, prever tendências, testar cenários e fazer recomendações.

No contexto da indústria 4.0 é imperativo gerar valor por meio da análise de dados e ter acesso a abordagens mais eficientes para os negócios.



E não faltam opções: a análise descritiva ajuda a compreender os acontecimentos em tempo real, a diagnóstica explica os resultados das ações, a preditiva identifica oportunidades futuras; e a prescritiva recomenda ações a partir de cenários.

Ou seja, cada uma das análises tem um objetivo dentro da operação de uma empresa. Tenha clara qual é a sua demanda e utilize a mais adequada para atender à necessidade do negócio.

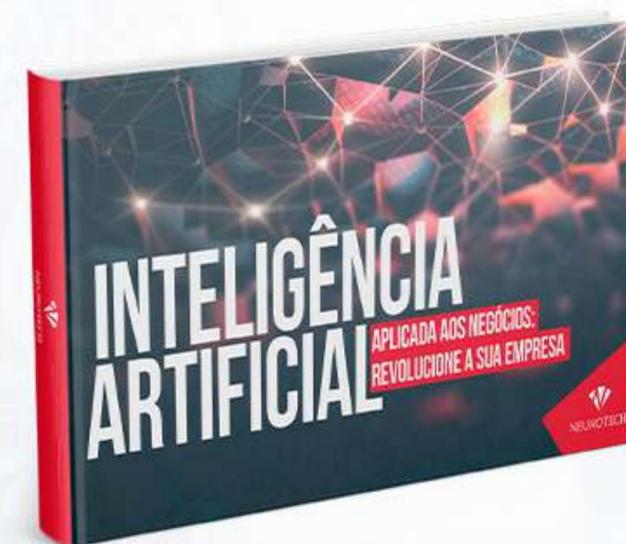
Avaliar todos os contextos à sua volta, que dados estão disponíveis e que ferramentas serão utilizadas é fundamental para alcançar o sucesso. Aliado a isso, o conhecimento de gestores é parte crucial na análise de dados.

SOBRE A NEUROTECH

A Neurotech é pioneira na criação de soluções avançadas de Inteligência Artificial, Big Data e Analytics, que transformam um mundo de dados dispersos em informações confiáveis e relevantes. Conectamos dados com inteligência para que as empresas obtenham resultados expressivos prevendo novas oportunidades de negócios.

Há quase 20 anos no mercado, a Neurotech possui mais de 130 clientes em todo Brasil e já implantou mais de 600 soluções em crédito, varejo, seguros e mercado financeiro. Nosso time é formado por pessoas apaixonadas por criar soluções que potencializam a capacidade humana, apoiando as organizações a gerar mais valor e ampliarem a competitividade no mercado.

Aproveite e veja também nossos e-books: Inteligência Artificial Aplicada aos Negócios e Big Data e a Transformação da Experiência do Cliente



Estamos prontos para lhe apoiar em seu desafio de negócio!





NEUROTECH

PREVISÃO | PRECISÃO | VELOCIDADE



www.neurotech.com.br