

Experiência do cliente

Com
**Ricardo
Rocha**

Entenda em quais pontos a
inteligência artificial gera
resultado no seu atendimento,
e onde ela só gera custo

| O que está em questão

Para o cliente, existe uma jornada só

Sua empresa já tem tecnologia.

Tem dados. Talvez já tenha um chatbot no ar. A pergunta que fica na mesa do executivo é outra: **isso melhora a experiência do cliente ou só adiciona fricção disfarçada de inovação?**

Ricardo Rocha esteve na linha de frente da integração entre os

canais online e offline do Magazine Luiza. Ele mostra onde a inteligência artificial gera resultado na experiência do cliente, com cases reais, estratégia aplicada e um caminho prático para quem quer sair na frente.





| A palestra

IA e experiência do cliente na integração entre os mundos ON e OFF

Para o novo consumidor, online e offline são a mesma coisa. Ele espera ser reconhecido, atendido e surpreendido do mesmo jeito em cada ponto de contato. A inteligência artificial é a ponte que costura essa jornada e tira os ruídos entre um canal e outro.

Ricardo mostra como transformar essa integração em estratégia de experiência,

com ganho concreto em reconhecimento do cliente, fluidez e resultado. O conteúdo se ajusta ao momento da sua operação e às perguntas que a sua empresa precisa responder agora.

A ferramenta você já tem. A estratégia define se ela gera resultado ou só custo.

| Qual é a entrega

A matéria-prima da experiência do cliente é a escuta. A tecnologia vem depois.

Esta palestra sai do discurso sobre IA e chega à aplicação que move o ponteiro do negócio:

mais retenção, mais encantamento, um atendimento à altura do que o cliente exige hoje. O conteúdo é desenhado sob medida para o nível de maturidade da sua operação.

Perguntas que a palestra responde:

- Qual é a nossa **estratégia de IA** para os próximos anos e como ela melhora a experiência do cliente?
- Como criar uma experiência que diferencie a nossa marca da concorrência?
- Como manter a qualidade do atendimento nos picos de volume, como **Black Friday** e grandes lançamentos?
- O que fazer quando um pico expõe o limite da operação e surge a pergunta: **a IA resolveria isso?**
- Vale contratar novas ferramentas ou extrair mais das que já temos?
- Como garantir que **a automação** entregue, desta vez, o resultado esperado?
- Como potencializar o fator humano nos pontos de contato da jornada?

Clique
e acesse



| O palestrante

Ricardo Rocha transforma tecnologia em experiência que o cliente sente e o negócio mede.

Faz isso na prática desde 2017,
depois de mais de 15 anos como
executivo de operação.

Como executivo da LuizaLabs e à frente
do projeto Parceiro Magalu, Ricardo liderou
uma das iniciativas mais inovadoras do
varejo brasileiro: a digitalização de mais
de 300 mil empresas e a construção do
laboratório de tecnologia e inovação que

levou o marketplace do Magazine
Luiza do zero a **R\$ 22 bilhões** anuais.

No caminho, foi o executivo por trás
de diversos cases de integração entre
o mundo físico e digital, o chamado
“Figital”. Provou que a tecnologia só
gera valor quando entrega uma jornada
completa e sem ruídos para quem
está do outro lado: o **cliente**.

Em suas palestras, Ricardo entrega método.

Compartilha as **estratégias e sinergias** que já implementou, mostrando como aplicar a inteligência artificial para eliminar pontos de fricção e construir uma experiência à altura do que a nova geração de clientes exige.

Resultado: as empresas saem da sua palestra não com mais uma promessa sobre IA, mas com clareza de onde ela realmente move o ponteiro do negócio.



Quem confia



**Antes da próxima
ferramenta, a
pergunta certa:
onde a IA realmente
melhora o seu
atendimento?**

Ricardo Rocha responde com
cases de quem levou um marketplace
do zero a R\$ 22 bilhões.

ricardo.rocha@dmmt.ag

