



# O Relatório de crescimento dos negócios de 2023

a Edição de IA

*Oferecido a você pela Twilio Segment*



# Índice

- 03 Introdução
- 06 Principais descobertas
- 09 Metodologia e fontes de dados
- 11 **Descoberta 1:** A IA está oficialmente em todo lugar
- 18 **Descoberta 2:** A IA está mudando o jogo do marketing
- 23 **Descoberta 3:** De dados ao dinheiro, a IA oferece um ROI real
- 27 **Descoberta 4:** Qual é a chave para desbloquear a IA? Dados de qualidade
- 33 Conclusão
- 35 Leitura recomendada

# Introdução



## Conheça a IA a fundo

Quando publicamos o Relatório de crescimento dos negócios anual da Twilio Segment no ano passado, uma recessão parecia ser iminente. Os resultados da nossa pesquisa indicaram que a era do crescimento a todo custo tinha acabado. Os entrevistados falaram sobre reduzir, reforçar e fazer mais com menos.

Passados 12 meses, a impressão é semelhante. O medo de uma recessão ainda paira sobre os entrevistados. Houve demissões. Os gastos com tecnologia continuam prudentes. As empresas optaram por manter as atividades de modo remoto em vez de presencial.

E ainda assim...

Na pesquisa deste ano, o que ficou mais aparente foi um espírito de otimismo cauteloso no ar, uma resiliência. Sim, há desafios, mas seguimos experimentando. Novos canais e tecnologias estão sendo descobertos. A era "a todo custo" pode ter acabado, mas a construção para o futuro está viva.





E, por falar em futuro, a IA surgiu na pesquisa deste ano como o principal meio pelo qual as empresas buscam aumentar as receitas e operar de forma eficiente.

Apesar de ser um conceito criado há mais de 50 anos, a adoção de IA teve um aumento meteórico nos locais de trabalho nos últimos 12 meses. Embora ainda existam questões pendentes sobre privacidade, propriedade intelectual e transparência, nossa pesquisa mostra que as tecnologias de IA são adotadas para tudo, desde copywriting básico a algoritmos sofisticados alimentados por IA.

No Relatório de crescimento dos negócios deste ano, conversamos com 2.450 líderes de marketing, CX e dados de todos os setores para entender o que significa crescer de forma sustentável em 2023 e como as empresas usam a IA a seu favor.

# Principais descobertas



## 1. A IA está oficialmente em todo lugar

O que antes parecia ficção científica se tornou um fenômeno global. A tecnologia de IA está transformando os setores e afetando todos os aspectos de nossas vidas, de dispositivos pessoais a operações comerciais em larga escala. Tudo está acontecendo bem diante dos nossos olhos. A adoção de IA cresceu exponencialmente – 88% das empresas usaram alguma forma de IA em suas organizações neste ano.

Ao comprovar os resultados na prática, **mais da metade dessas empresas (54%) esperam investir mais em campanhas com base em IA nos próximos 12 meses.** Essencialmente, a comoção sobre a IA é real, porque a IA está em todos os lugares.

## 2. A IA está mudando o jogo do marketing

Nossa pesquisa mostrou os impactos significativos que a IA exerce sobre o departamento de marketing. **Cerca de 83% das empresas entrevistadas já implantaram a IA em seus canais de marketing.**

Mais especificamente na forma de chatbots automatizados (38% de nossos entrevistados já os utilizam ou planejam utilizá-los nos próximos 12 meses).

Porém, os chatbots são apenas a ponta do iceberg. Mais de um quarto (26%) dos entrevistados utilizam a IA para criar jornadas do cliente inteligentes em campanhas de marketing, enquanto 24% utilizam a IA para criar automaticamente recomendações personalizadas de produtos.





### 3. De dados ao dinheiro, a IA oferece um ROI real

Embora haja uma curva de aprendizado para muitos (22% dizem que precisam experimentar a IA para formar uma opinião, e 26% ainda estão tentando entender para quê ela será mais útil), o sentimento predominante sobre a IA no trabalho se inclina para o otimismo.

Mais de um quarto dos entrevistados está otimista quanto à possibilidade de a IA aprimorar os esforços de marketing, especialmente em tarefas como criação de conteúdo (41%) e pesquisa (36%).

Mas de onde vem esse otimismo? Isso provavelmente decorre do fato de que **90% das organizações acreditam que a IA proporcionará economia de tempo ou de custos para seus negócios.**

### 4. Qual é a chave para desbloquear a IA? Dados de qualidade

Embora a adoção e o ROI da IA estejam claros em nossa pesquisa, a prontidão organizacional para a IA não está.

A forma como os dados são coletados e armazenados tem um efeito superdimensionado sobre o sucesso de qualquer estratégia de IA, e **71% dos entrevistados acreditam que a IA possa ser mais útil com o acesso a dados de maior qualidade.**

Outros obstáculos organizacionais que surgiram em nossa pesquisa foram a falta de treinamento dos colaboradores sobre aplicativos de IA (38% dos entrevistados) e a preocupação com a privacidade de dados. (28% dos entrevistados)



# Metodologia

# Metodologia

A Segment conduziu esta pesquisa por meio de uma avaliação on-line preparada pela Method Research e distribuída pela Cint entre n=2.450 colaboradores em tempo integral, familiarizados com a estratégia de crescimento da empresa, que trabalham com marketing, engenharia, experiência de usuário, produto e atendimento ao cliente em empresas B2B com mais de 75 colaboradores.

A amostra consistiu em n=1.000 entrevistados dos Estados Unidos, n=300 do Reino Unido, Brasil, Alemanha e França (cada) e n=250 da Austrália. Os dados foram coletados entre 3 e 30 de agosto de 2023.

# Isonção de responsabilidade

O Relatório de crescimento dos negócios contém dados estatísticos, estimativas e expectativas que se baseiam no relatório disponível publicamente acima. Esses dados não representam e não devem ser interpretados como indicadores do desempenho financeiro histórico ou futuro da Twilio, ou da demanda real, ou potencial por produtos e soluções da Twilio, e tais informações são apresentadas apenas como contexto para tendências de mercado mais amplas.



DESCOBERTA 1

# A IA está oficialmente em todo lugar





Apesar da crescente disponibilidade pública da IA e de alguns sinais econômicos mistos, a experimentação com ferramentas e tecnologia de IA já é relativamente comum entre os entrevistados.

Isso indica que as organizações estão adotando essas novas ferramentas em números significativos e preparando-se para gastar mais com elas nos próximos meses.

88%



das empresas utilizam alguma forma de IA em sua organização atualmente

64%



das empresas dizem que pretendem ajustar sua estratégia em torno da IA no próximo ano

54%



esperam gastar mais em campanhas orientadas por IA nos próximos 12 meses

## DESTAQUE DO CLIENTE

"Estamos criando um modelo de IA para prever a propensão e a disponibilidade dos usuários para fazer a atualização para uma versão paga do nosso produto. O modelo de IA é treinado com dados de análise de produtos que coletamos por meio da Segment. Planejamos utilizar o Reverse ETL para trazer a pontuação preditiva ao nosso CRM para ações subsequentes, como incentivos e engajamento de vendas. Esse é um interessante caso de uso de operações de marketing orientadas por IA com o poder da Segment."

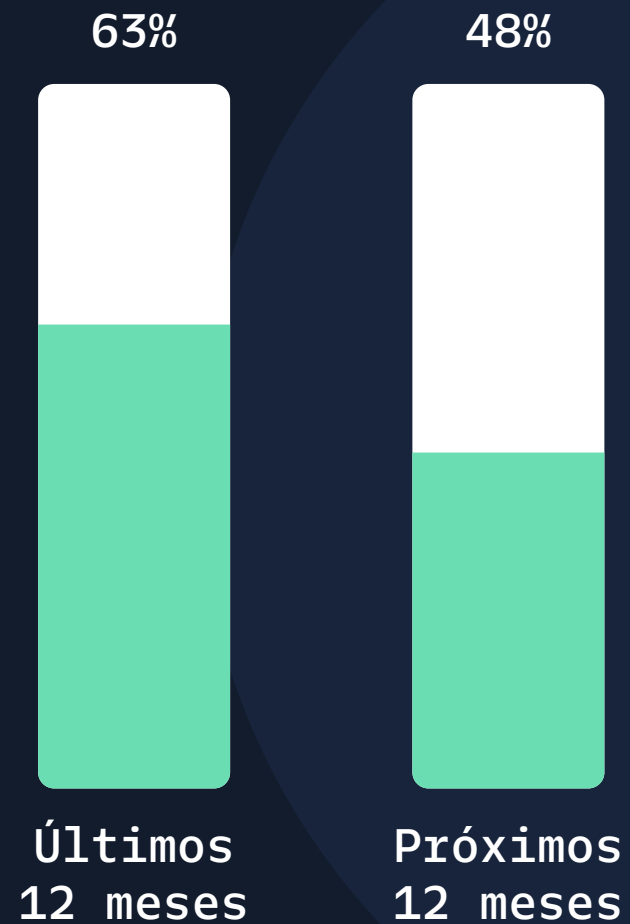
**Alan Zhang, Ph.D.**

Chefe de Análise de crescimento e Operações de marketing, Cisco

## DESTAQUE REGIONAL

### Sinais de cuidado com IA na região EMEA

Apesar de **63%** das empresas francesas terem aumentado seus recursos de IA nos últimos 12 meses, menos da metade (**48%**) espera aumentar os gastos com campanhas orientadas por IA nos próximos 12 meses.





A adoção entusiasmada da tecnologia de IA também reflete em outras partes da stack de tecnologia.

Conforme relatado no início deste ano em nosso [Relatório anual da CDP](#), o crescimento da "capacidade de composição" e a demanda por aplicativos para atender as necessidades específicas e essenciais dos negócios nunca foram tão altos, e as empresas estão analisando seus orçamentos de tecnologia com uma mentalidade de crescimento.

Embora algumas empresas adicionam ferramentas totalmente novas relacionadas a IA à sua stack de tecnologia, outras expandem seus recursos existentes com os fornecedores atuais.

64%



das empresas aumentarão os gastos com tecnologia no próximo ano

6%



afirmam que esperam diminuir seus gastos com tecnologia de marketing, uma queda substancial em relação a 2022, quando 38% das empresas afirmaram o mesmo

## PRINCIPAIS PERCEPÇÕES

### **Uma em cada quatro empresas pensam em reduzir os sistemas de gestão de relacionamento com o cliente (CRMs) no próximo ano**

Aquelas que desejam reduzir os gastos deste ano têm uma área em mente: CRM.

A ascensão da CDP, e de outras ferramentas nativas de warehouse, está substituindo rapidamente o que antes era a "única fonte da verdade" para o seu negócio.



dos entrevistados dizem que planejam simplificar, remover ou reduzir seus gastos com CRM nos próximos 12 meses

## DESTAQUE REGIONAL

### Os EUA ficam atrás de seus pares em gastos com tecnologia em 2023

Nossa pesquisa mostra que outras regiões estão alcançando os EUA com relação aos gastos com tecnologia.

Apenas **58%** das empresas norte-americanas esperam aumentar os gastos com tecnologia nos próximos 12 meses em comparação a **87%** das empresas brasileiras, **73%** das australianas, **66%** das britânicas, **63%** das alemãs e **52%** das francesas.

EUA: 58%



Brasil: 87%



Austrália: 73%



Reino Unido: 66%



Alemanha: 63%



França: 52%





DESCOBERTA 2

# A IA está mudando o jogo do marketing



Embora tenha conquistado uma posição sólida nas organizações, a IA tem criado raízes mais fortes em departamentos como marketing e experiência do cliente.

Entre a capacidade da IA generativa de oferecer suporte a interações em tempo real com os clientes e a capacidade da IA preditiva de fazer recomendações informadas e personalizadas, as empresas contam com a IA para obter resultados mensuráveis e geradores de receita.

83%



das empresas estão implantando a IA em seus canais de marketing

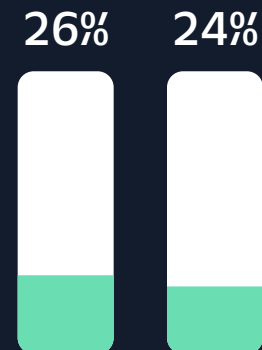
Os chatbots são a forma mais provável pela qual as empresas utilizarão a automação de IA

38%



das empresas reportam que utilizarão chatbots

Outros casos comumente relatados são a utilização de IA para criar jornadas do cliente inteligentes (26%), seguido pela utilização de IA para criar automaticamente recomendações de produtos personalizadas de produtos (24%)



## DESTAQUE REGIONAL

### Brasil é líder na adoção da IA na América Latina

Surpreendentes **98%** das empresas brasileiras entrevistadas estão implantando a IA em canais de marketing, mais do que qualquer outro país.

O país com a menor taxa de implantação de IA em canais de marketing? Os EUA, com **74%** de implantação, abaixo da média global.





A conversa sobre IA está avançando rapidamente dentro das organizações, com recursos se tornando muito mais sofisticados do que o esperado em um curto período.

Embora as ferramentas de IA generativa (de ChatGPT a DALL-E) dominem as manchetes, nossa pesquisa mostra que as empresas usam a IA preditiva\* ativamente em números maiores.

Isso ressalta até que ponto a IA passou de uma divertida experiência de pensamento para um mecanismo central de decisão de negócios.

\*IA preditiva – uso de dados históricos e atuais para extrapolar padrões e fornecer recomendações sobre ações futuras do cliente.

**34%**



dos entrevistados utilizam atualmente a IA preditiva, e outros 24% utilizam a IA generativa

**17%**



dos entrevistados afirmam não utilizar IA em seu trabalho

## O obstáculo mais comum à utilização da IA? Treinamento dos colaboradores

Apesar do crescimento explosivo da IA, ainda há vários obstáculos.

38%



das empresas consideram a falta de treinamento dos colaboradores o maior obstáculo à adoção e utilização da IA

28%



citam preocupações relacionadas à privacidade de dados

DESCOBERTA 3

# De dados ao dinheiro, a IA oferece um ROI real

A tendência das empresas em amplificar seu investimento em IA representa mais do que apenas uma inclinação de aprovação.

Nossa pesquisa mostrou que apostas ousadas em IA feitas no ano passado trouxeram benefícios significativos em quatro importantes áreas: economia de tempo ou custo, melhoria do processo, maior satisfação do cliente e vantagem competitiva.

Isso mostra que as empresas estão sempre a par dos benefícios estratégicos (melhores experiências do cliente e diferenciação), mas também aproveitam a IA para impulsionar a eficiência (automação e economia de tempo).

90%



das organizações acreditam que a IA oferecerá economia de tempo ou de custos para seus negócios

66%



acreditam que os clientes usarão a IA em seus esforços de marketing se ela oferecer melhores serviços e experiências

"Recentemente, lançamos recomendações de produtos com base em IA utilizando dados da Twilio Segment e observamos um aumento de 13% nas conversões de pedidos."

**Alan Chang**

Gerente principal de produtos, TechStyle



Na verdade, aqueles que já tentaram incluir IA em suas campanhas obtiveram mais sucesso ao fazê-lo.

Não se trata apenas de algoritmos e dados, mas de aproveitar esses dados de forma inteligente para criar campanhas mais ressonantes, eficazes e impactantes.

Essa tendência sugere uma mudança fundamental na estratégia, em que a IA não é apenas uma ferramenta complementar, mas um componente fundamental para impulsionar o sucesso da campanha.

Mais sobre isso em breve.



das empresas afirmam que algumas de suas campanhas mais bem-sucedidas no último ano incluíram IA

DESCOBERTA 4

# Qual é a chave para desbloquear a IA? Dados de qualidade

É inegável o impacto transformador da IA no cenário empresarial. No entanto, o verdadeiro potencial da IA em impulsionar o crescimento depende da qualidade dos dados que ela processa.

A tendência aponta para os dados first-party, com 85% das empresas marcando-os como uma prioridade máxima para o próximo ano. Esse é um salto notável dos 71% registrados em 2022, indicando um reconhecimento crescente de seu valor.

Afinal de contas, sua IA é tão boa quanto seus dados.

**71%**



dos entrevistados afirmam que a IA pode ser mais útil com acesso a dados de maior qualidade

**85%**



das empresas estão priorizando a captação e o melhor aproveitamento de dados first-party no próximo ano, mais do que os 71% que afirmaram o mesmo em 2022

"Em um mundo digital, é essencial mantermos o controle em tempo real sobre o que nossos clientes precisam e quando precisam. Ter a capacidade de consolidar e integrar dados de clientes de várias fontes nos permitiu obter uma visão holística de nossos clientes, o que não era possível antes de uma CDP."

**Ale Dimitriu**

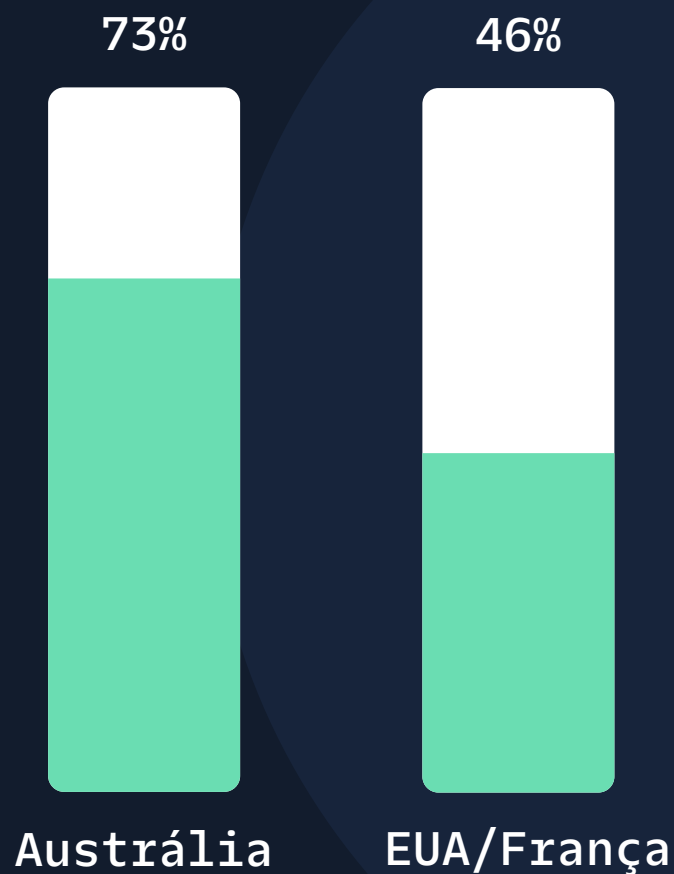
Gerente sênior de Operações de marketing, MongoDB

## DESTAQUE REGIONAL

### Nem todos estão igualmente preparados para o fim dos cookies de terceiros

Apesar do crescimento e da adoção da IA, o iminente desaparecimento dos cookies de terceiros ainda é o ponto mais importante para as empresas.

Mas nem todas as regiões estão prontas para abandonar o hábito dos cookies. Embora impressionantes **73%** das empresas australianas afirmem estar preparadas para o futuro sem cookies, pouco menos da metade (**46%**) das empresas francesas e norte-americanas sentem o mesmo.

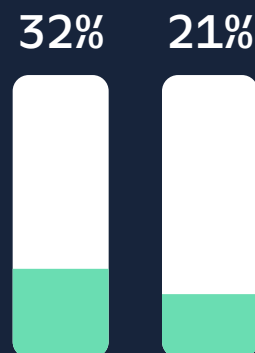




Não é nenhuma surpresa que as empresas que utilizam uma CDP cresçam mais rapidamente do que aquelas que não utilizam. Com acesso imediato a dados de qualidade, é possível garantir que suas campanhas de marketing estejam no mesmo nível e deixar o resto com a IA.

Como alternativa, 40% das empresas enfrentam dificuldades com infraestrutura de tecnologia ou dados de baixa qualidade, destacando o papel fundamental dos dados relevantes e oportunos para liberar todo o poder da IA.

As empresas\* que utilizam uma plataforma de dados do cliente tiveram uma taxa de crescimento média de **32%** nos últimos 12 meses em comparação a uma taxa de crescimento de **21%** das empresas que não utilizam uma CDP



**60%**



das empresas afirmam que dados precisos de qualidade são o ingrediente mais importante para o crescimento

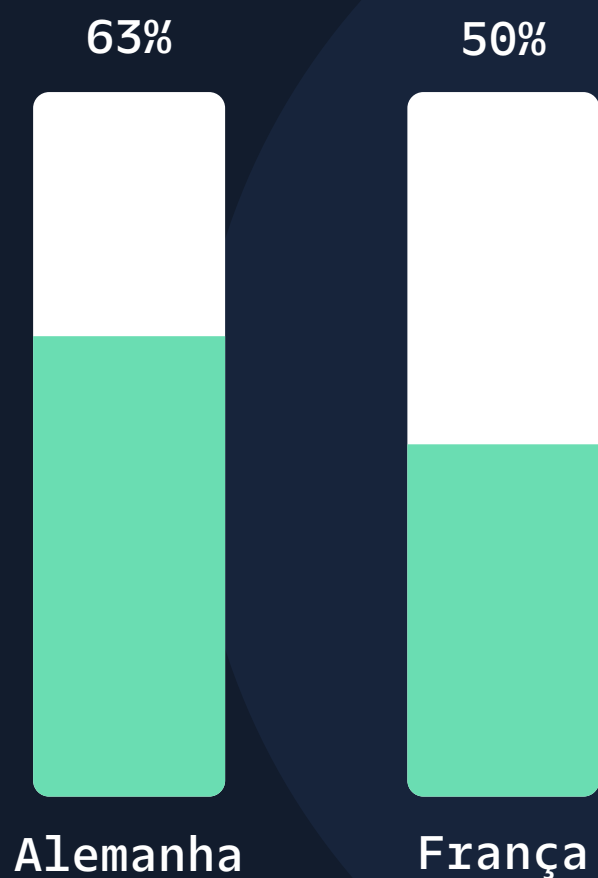
\*Somente EUA e Reino Unido

## DESTAQUE REGIONAL

### O talento dos colaboradores é a prioridade para a região EMEA

Apesar de haver mais capital de risco na Europa do que nunca e um ecossistema de tecnologia próspero, as empresas da região EMEA estão preocupadas com a escassez de talentos.

Embora o Brasil, os EUA e o Reino Unido tenham identificado dados de qualidade como seu ingrediente mais importante para o crescimento, na Alemanha e na França, **63%** e **50%**, respectivamente, consideraram o talento dos colaboradores como a alavanca de crescimento mais importante.



# Conclusão

## Os dados impulsionam o algoritmo de sucesso da "IA"

Na complicada dança do crescimento dos negócios em 2023, fica claro que a IA está definindo o ritmo, mas os dados sempre escolherão o tom. Sem dados ricos e de qualidade para orientá-la, até mesmo a IA mais sofisticada fica sem direcionamento.

À medida que as empresas continuam procurando caminhos novos (e sustentáveis) para o crescimento, garantir que tenham acesso às melhores informações para impulsionar suas campanhas (em qualquer capacidade) fará parte desse sucesso.

Curioso sobre como começar a agrupar, analisar e segmentar seus próprios dados de clientes para aprimorar sua estratégia de IA e, ao mesmo tempo, proporcionar melhores experiências ao cliente?

Uma plataforma de dados do cliente pode ajudá-lo com isso.

Inscreva-se hoje mesmo para uma avaliação gratuita da CDP ou converse com um membro da nossa equipe para descobrir o que uma CDP tem a oferecer para sua empresa.



# Leitura recomendada

## *Relatório da plataforma de dados do cliente 2023*

Nosso novo Relatório CDP de 2023 analisa dados reais da plataforma Twilio Segment (quase 12 trilhões de chamadas de API, para ser exato) para examinar as maiores tendências digitais do engajamento do cliente.

[Obtenha o relatório](#)

## *Sete maneiras de utilizar IA e potencializar sua estratégia de marketing*

Sete maneiras vantajosas e inteligentes de utilizar a IA em suas estratégias de marketing para trabalhar de forma mais eficaz, com menos esforço.

[Faça o download do guia](#)

## *O Buy-In Blueprint: Desbloqueio de suporte para novas tecnologias*

Nosso roteiro passo a passo para obter alinhamento e colaboração multifuncional entre profissionais de marketing e engenheiros para lançar um novo software que atenda às necessidades de ambas as equipes.

[Faça o download do guia](#)





Milhões de desenvolvedores em todo o mundo usam a Twilio para liberar a magia das comunicações e do engajamento do cliente e, assim, melhorar a experiência humana. A Twilio possibilita que inovadores de todos os setores, desde líderes emergentes até as maiores organizações do mundo, reinventem a forma como as empresas engajam com seus clientes.