

INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Como transformar dados em insumos
para melhores decisões



 unisoma

ÍNDICE



1. Inteligência de Mercado	03
2. Os Três Pilares	<u>06</u>
3. Como a Inteligência Artificial acelera a Inteligência de Mercado	<u>11</u>
4. Aplicações práticas de IA em Inteligência de Mercado	<u>13</u>
4.1 Precificação Inteligente	<u>14</u>
4.2 Previsão de Vendas e Simulação de Mercado	<u>15</u>
4.3 Análise de Churn e Aumento da Retenção	<u>21</u>
4.4 Segmentação de Mercado Inteligente	<u>25</u>
4.5 Detecção de Anomalias e Prevenção de Riscos	<u>27</u>
4.6 Previsão de Novos Clientes e Análise do Funil de Conversão	<u>30</u>
4.7 Elasticidade de Preços	<u>34</u>
5. Como começar — e escalar — a Inteligência de Mercado na prática	<u>38</u>
6. Conclusão	<u>41</u>
7. Como a UniSoma pode apoiar a evolução da Inteligência de Mercado	<u>43</u>



Inteligência de Mercado

Mais do que dados, decisões com impacto

Em um ambiente de negócios onde a concorrência é feroz, os canais se multiplicam e o comportamento do consumidor muda constantemente, não há espaço para decisões baseadas em intuição.

A Inteligência de Mercado (IM) surge como uma resposta a esse cenário: um **processo estruturado e contínuo de coleta, análise e interpretação de dados que permite entender o mercado, antecipar movimentos e reagir com agilidade.**



Mais do que gerar relatórios,

Inteligência de Mercado serve para apoiar decisões com base em fatos, comportamentos e padrões reais.

Seu foco está em consolidar dados fragmentados — de vendas, CRM, redes sociais, concorrência ou tendências — e transformá-los em informações relevantes que abastecem as áreas com insights estratégicos e operacionais, capazes de impulsionar resultados concretos.

IM não é uma área isolada,

É um sistema vivo que conecta marketing, comercial, produto, finanças e planejamento em torno de uma visão compartilhada: gerar valor com inteligência.

Em resumo



Inteligência de Mercado **transforma dados em informações** relevantes que apoiam decisões mais ágeis e confiáveis;



Ajuda a antecipar riscos, mapear oportunidades e guiar estratégias com mais segurança;



Atua como eixo integrador entre diferentes áreas, alinhando visão e execução.



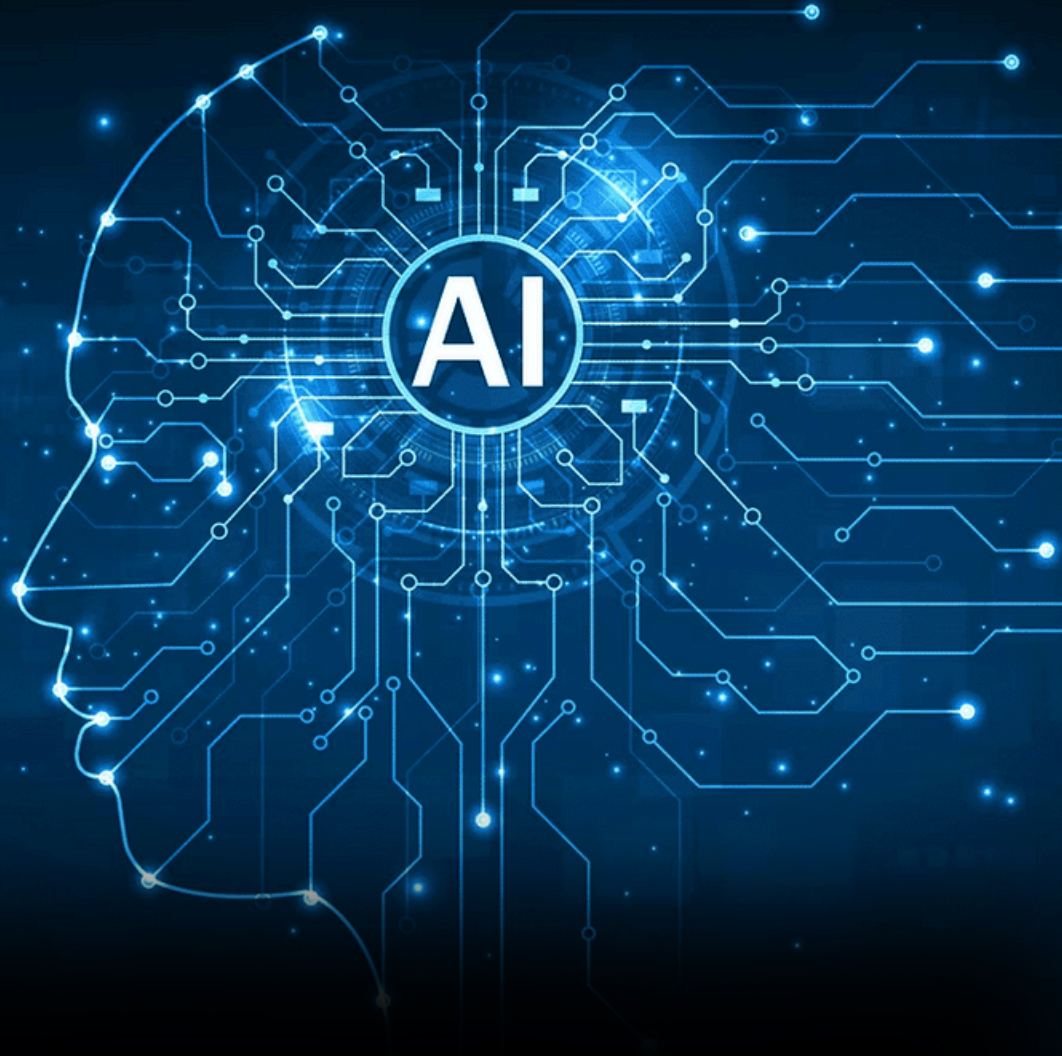
Os Três Pilares

que sustentam a Inteligência de Mercado

A eficácia da Inteligência de Mercado está diretamente ligada à combinação equilibrada de competências em **três áreas fundamentais: negócios, análise e tecnologia.**

Esses pilares não atuam isoladamente — eles se complementam para transformar dados em conhecimento acionável e relevante, disponível no momento certo para orientar decisões. Cada um deles tem um papel essencial na construção de uma IM madura, confiável e com impacto organizacional.





Os três pilares

que sustentam a Inteligência de mercado

#1

Habilidades em Negócios

A base da IM está no **conhecimento profundo do mercado em que a empresa atua**, incluindo seus consumidores, concorrentes, canais e tendências. Essa perspectiva permite interpretar os dados à luz da realidade competitiva, identificando oportunidades e ameaças que fariam pouca diferença se analisadas fora de contexto.

É essa dimensão que garante o alinhamento entre o que é analisado e o que de fato importa para os objetivos estratégicos da organização — seja aumentar a margem, ganhar market share, reter clientes ou escalar com eficiência.

Habilidades Analíticas

O valor da IM depende da capacidade de extrair sentido e aprendizado dos dados. Isso inclui desde análises descritivas (o que está acontecendo), diagnósticas (por que está acontecendo), até projeções futuras (o que pode acontecer) e recomendações orientadas à ação (o que deve ser feito).

Essa habilidade requer **domínio de conceitos analíticos, raciocínio crítico e curiosidade investigativa para formular hipóteses**, testar relações e traduzir números em insights práticos para as áreas tomadoras de decisão.

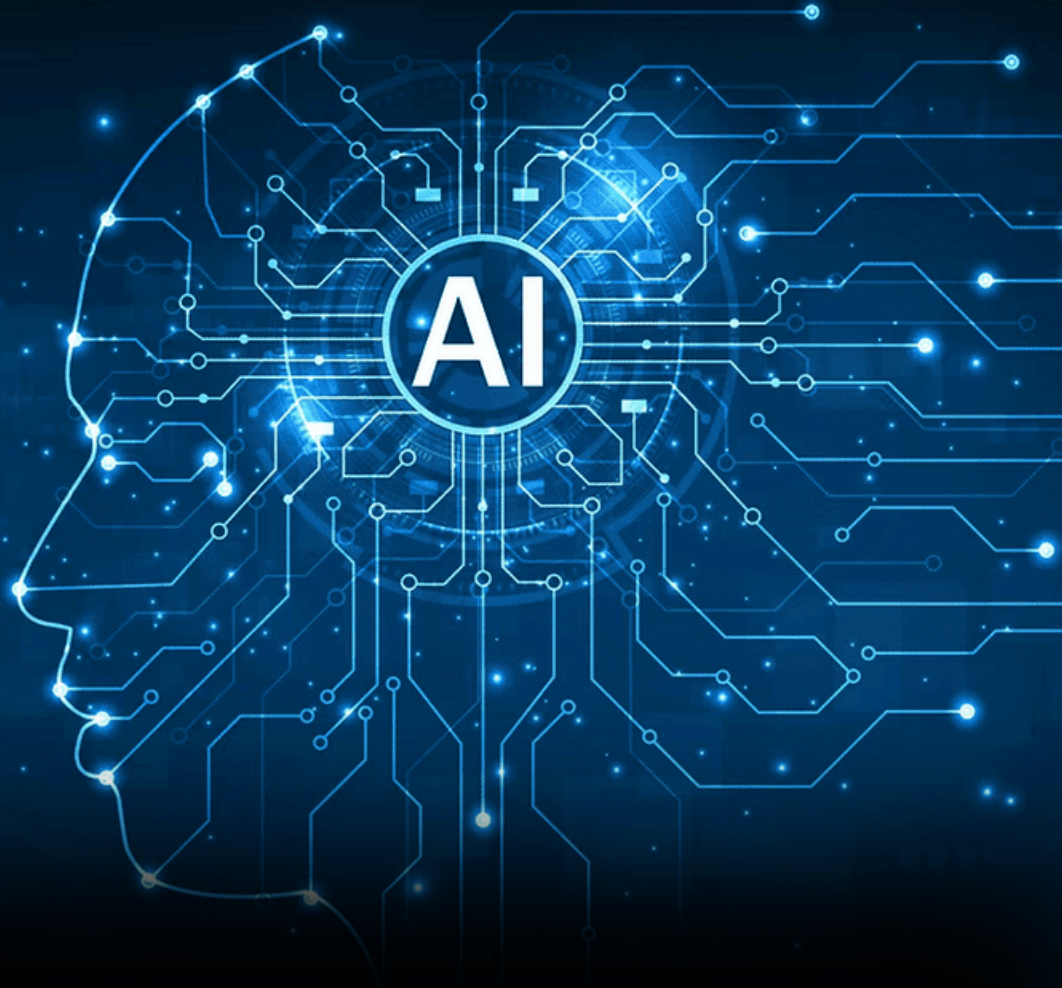


#3

Habilidades em Tecnologia da Informação (TI)

Por fim, **a tecnologia é o que torna a IM operacional e escalável.** Sem sistemas integrados, automação e infraestrutura de dados confiável, as análises ficam lentas, isoladas ou inconsistentes.

É por meio da TI que os dados chegam limpos, estruturados e prontos para análise — e que os insights chegam com frequência, formato e velocidade adequados para sustentar decisões em tempo real.



Além disso, é ela quem possibilita que dashboards, alertas e modelos preditivos funcionem de forma contínua e integrada à rotina dos times.

Uma IM eficaz depende da união entre conhecimento de negócio, capacidade analítica e suporte tecnológico.

Cada pilar sustenta um aspecto essencial: relevância, profundidade e viabilidade da inteligência.

O equilíbrio entre os três torna a IM uma fonte estratégica e confiável para orientar decisões.



Como a Inteligência Artificial

sustenta a Inteligência de Mercado

A Inteligência Artificial não substitui a Inteligência de Mercado — ela amplifica seu alcance, sua precisão e sua velocidade.

Quando bem aplicada, a IA amplia a capacidade de análise do time de IM, permitindo estudos mais profundos e complexos, agregando maior valor à área.

Ela automatiza tarefas repetitivas, identifica padrões invisíveis, sugere decisões, testa cenários e aprende continuamente com novos dados. Isso permite que a IM passe a atuar com maior velocidade e personalização, sem depender de ciclos longos de análise.

Com IA, a área de IM,

Consegue ser mais:

- Relevante;
- O planejamento, mais ágil;
- A estratégia, mais robusta.

Tudo isso com menos esforço manual e mais confiança no que os dados estão mostrando.

Em resumo

- ✓ A IA transforma a IM em um processo contínuo e responsivo.
- ✓ Aumenta a capacidade de prever cenários e personalizar decisões em escala.
- ✓ Reduz o tempo entre o surgimento de um sinal e a tomada de decisão.



4

Aplicações Práticas de IA

em Inteligência de Mercado

A Inteligência Artificial (IA) tem revolucionado a forma como as empresas praticam Inteligência de Mercado. **Ela amplia significativamente a capacidade de análise, automação e recomendação, permitindo decisões mais ágeis, fundamentadas e personalizadas.**

A seguir, exploramos as principais áreas de aplicação prática da IA em IM — com exemplos reais de como essa tecnologia tem sido utilizada para gerar impacto estratégico nos negócios.

4.1 Precificação Inteligente

A precificação deixou de ser uma decisão baseada apenas em margem ou benchmarking de concorrência.

Com a IA, é possível **analisar milhares de variáveis simultaneamente para encontrar o preço ótimo de cada produto ou serviço**, considerando comportamento do consumidor, elasticidade da demanda, posicionamento da marca, histórico de conversão, canal de venda, região e até fatores sazonais ou macroeconômicos.

A IA simula diferentes cenários, e recomenda preços que maximizam objetivos específicos — como aumento de margem, volume ou percepção de valor. Além disso, permite ajustes dinâmicos em tempo real, especialmente em contextos de alta volatilidade ou para produtos com sensibilidade extrema ao preço.

4.2

Previsão de Vendas e Simulação de mercado

A previsão de vendas baseada em IA vai muito além de extrapolar dados históricos. **Com a aplicação correta de algoritmos, é possível compreender padrões de comportamento de consumo, incorporar variáveis externas** (como campanhas, clima, concorrência, calendário promocional e dados macroeconômicos) e gerar projeções mais precisas e adaptáveis à realidade de mercado.

Essas previsões ajudam marketing e comercial a planejar ações com maior confiança — seja no lançamento de produtos, na distribuição de verba entre canais ou na definição de metas mais realistas e viáveis.

Mas a verdadeira virada estratégica acontece quando essas previsões se transformam em simulações de mercado. A IA permite testar múltiplos cenários futuros: “O que acontece se aumentarmos o preço?”, “E se intensificarmos a mídia em determinada região?”, “Qual o impacto de reduzir um canal de distribuição?”.

O resultado é uma abordagem estratégica de pricing

onde cada decisão é sustentada por dados e calibrada conforme o mercado se movimenta.

- ✓ Identifica preço ótimo para diferentes produtos e públicos;
- ✓ Simula impactos de alterações de preço em margem, volume e receita;
- ✓ Permite ajustes ágeis e precisos com base na realidade do mercado.



Tenha mais informações em:

O impacto da inteligência artificial no planejamento de pricing

Pricing: o que é, por que importa e como aplicar na sua empresa

Com essas respostas,

as decisões deixam de ser reativas e passam a ser proativamente modeladas para gerar o melhor resultado possível.

A simulação de mercado ainda permite comparar estratégias alternativas, prever seus impactos antes da execução e ajustar as rotas com agilidade.

Isso reduz o risco, aumenta a previsibilidade e fortalece a argumentação para decisões comerciais, operacionais ou financeiras.



Em resumo

- ✓ Transforma projeções em ações estratégicas com mais confiança e base real.
- ✓ Permite testar e comparar cenários antes de executar, com mais segurança e agilidade.
- ✓ Apoia planejamento, investimento e operação com visão preditiva e adaptativa do mercado.

Tenha mais informações em:

Simulação de mercado: a chave para reduzir incertezas na tomada de decisão

Forecast de vendas: o que é e por que importa na estratégia comercial?

4.3

Análise de Churn e Aumento da Retenção

A previsão de vendas baseada em IA vai muito além de extrapolar dados históricos. Com a aplicação correta de algoritmos, **é possível compreender padrões de comportamento de consumo, incorporar variáveis externas** (como campanhas, clima, concorrência, calendário promocional e dados macroeconômicos) e gerar projeções mais precisas e adaptáveis à realidade de mercado.

Essas previsões ajudam marketing e comercial a planejar ações com maior confiança — seja no lançamento de produtos, na distribuição de verba entre canais ou na definição de metas mais realistas e viáveis.

Mas a verdadeira virada estratégica acontece quando essas previsões se transformam em simulações de mercado. A IA permite testar múltiplos cenários futuros: “O que acontece se aumentarmos o preço?”, “E se intensificarmos a mídia em determinada região?”, “Qual o impacto de reduzir um canal de distribuição?”.

A IA permite,

A IA permite modelar o comportamento histórico de cancelamentos e mapear padrões de risco, combinando variáveis como frequência de uso, tempo de inatividade, mudanças no ticket médio, engajamento com campanhas ou alterações de comportamento no canal de atendimento.

Mais do que apontar os clientes em risco, **os algoritmos também sugerem ações personalizadas para reverter essa tendência, com base no que funcionou com perfis semelhantes.** Isso torna a gestão de retenção muito mais eficiente, priorizando os clientes com maior potencial de retorno e abordando cada grupo com a estratégia ideal.

Além disso, ao entender a jornada do cliente em profundidade, a IA contribui para desenvolver uma experiência mais fluida, preditiva e valorizada — o que naturalmente aumenta o tempo de permanência e o Lifetime Value (LTV).

Em resumo

- ✓ Identifica sinais precoces de evasão de clientes;
- ✓ Permite ações preventivas e personalizadas para reter quem tem mais valor;
- ✓ Aumenta o engajamento e o LTV da base.

Tenha mais informações em:

Evasão de clientes: como a IA ajuda a reduzir o churn

4.4

Segmentação de Mercado Inteligente

A segmentação baseada em IA vai muito além dos critérios tradicionais demográficos ou geográficos.

Com os algoritmos adequados, é possível descobrir agrupamentos de consumidores com comportamentos, preferências ou necessidades semelhantes, mesmo quando essas relações não são óbvias ou lineares.

Essa abordagem permite construir clusters altamente representativos e dinâmicos, com base em dados reais de consumo, interação digital, resposta a campanhas, histórico de compra, canais preferidos, entre outros fatores.

Na prática, isso permite personalizar a comunicação, otimizar a alocação de verbas de mídia, adaptar ofertas comerciais e até criar produtos mais alinhados às necessidades reais dos segmentos.

A segmentação por IA torna o marketing mais eficiente, reduz dispersão e aumenta a conversão

— com uma visão centrada no comportamento e no contexto.

Em resumo

PADRÕES

Revela padrões ocultos e segmentos com alto potencial de conversão.

PERSONALIZAÇÃO

Personaliza ofertas, campanhas e jornadas com maior precisão.

MARKETING

Aumenta a efetividade do marketing com menor dispersão de recursos.

4.5

Detecção de Anomalias e Prevenção de Riscos

Em mercados dinâmicos e com grande volume de transações, detectar comportamentos fora do padrão é essencial para mitigar perdas financeiras, fraudes ou erros operacionais. A IA é especialmente eficaz nessa tarefa.

Algoritmos de detecção de anomalias aprendem o que é o “comportamento normal” da operação e, a partir disso, conseguem identificar variações suspeitas — como picos fora do padrão em preços, quedas abruptas de performance de campanhas, alterações no padrão de compra de determinados clientes ou regiões, entre outros.

Detecção em tempo real

Essa detecção é feita em tempo real e pode acionar alertas automáticos para que as áreas responsáveis tomem ações imediatas.

Além disso, com o tempo, o sistema se torna mais inteligente e preciso, reduzindo falsos positivos e aumentando a sensibilidade para comportamentos realmente relevantes.

Em um contexto onde o tempo de resposta é crítico, essa aplicação da IA contribui para proteger receita, reputação e eficiência.

Em resumo

- ✓ Monitora e detecta comportamentos fora do padrão em tempo real.
- ✓ Avisa sobre riscos antes que eles gerem perdas significativas.
- ✓ Apoia a governança, o compliance e a integridade da operação.

Tenha mais informações em:

Inteligência artificial é aliada para detecção de anomalia e fraude

4.6

Previsão de Novos Clientes e Análise do Funil de Conversão

Prever novos clientes com precisão e entender onde estão os gargalos no funil de vendas é um desafio antigo das áreas comerciais e de marketing — e que pode ser radicalmente transformado com o uso da Inteligência Artificial.

Com base em dados históricos de leads, comportamento de compra, interações com campanhas, perfil sociodemográfico e indicadores contextuais (como localização, canal de origem, etapa do ciclo de vida ou sazonalidade), a **IA consegue estimar quantos novos clientes devem ser convertidos em determinado período** — e quais são os fatores que mais influenciam essa conversão.

Isso permite que marketing e vendas se antecipem na gestão de pipeline, ajustem metas de maneira mais realista e planejem ações corretivas com tempo hábil — evitando surpresas negativas e perdas de oportunidade.

Análise do funil de conversão

Além disso, a análise do funil de conversão com apoio da IA vai além da simples taxa de passagem entre etapas.

Ela permite identificar onde e por que ocorrem as maiores perdas, quais perfis têm menor propensão a avançar, quais canais são menos efetivos e até mesmo detectar problemas de qualificação de leads ou desalinhamentos entre marketing e comercial.

Essa leitura inteligente e contínua transforma o funil em uma ferramenta viva de gestão: **com mais previsibilidade, eficiência operacional e capacidade de atuação estratégica ao longo de toda a jornada de compra.**

Em resumo

- ✓ Permite prever a entrada de novos clientes com base em comportamento e contexto;
- ✓ Melhora a qualidade do funil ao identificar gargalos, padrões de perda e pontos críticos de conversão;
- ✓ Ajuda marketing e vendas a atuar com mais foco, realismo e eficiência em cada etapa do pipeline.

Tenha mais informações em:

Qualidade do funil de vendas com IA: o que é e quais suas vantagens?

Como a previsão de novos clientes com IA pode mudar o seu negócio

4.7

Elasticidade de Preços

Entender a elasticidade de preços — ou seja, o quanto a demanda de um produto ou serviço reage a variações no preço — é crucial para decisões de marketing, promoções e estratégia comercial. No entanto, esse conceito, apesar de clássico, é muitas vezes mal interpretado ou subutilizado.

Com o apoio da Inteligência Artificial, é possível analisar elasticidade de forma muito mais granular, dinâmica e contextualizada. Isso significa medir, por exemplo, como o preço de um SKU afeta o volume de vendas dentro de uma categoria, canal ou região específica — e como esse efeito pode variar conforme a sazonalidade, concorrência, perfil do público, momento da jornada ou até mesmo o dia da semana.

A IA ajuda a evitar

armadilhas comuns, como analisar elasticidade apenas com base em médias históricas ou sem isolar o impacto de outros fatores.

Os modelos avançados conseguem capturar efeitos não lineares, comportamentos específicos por cluster de consumidores e até identificar pontos de inflexão — momentos em que uma pequena variação de preço causa grandes impactos em volume ou percepção de valor.

Na prática, isso dá às equipes de IM, pricing e marketing mais clareza sobre até onde é possível ajustar preços sem prejudicar receita, margem ou posicionamento — além de subsidiar decisões mais inteligentes em campanhas, lançamentos e promoções.

Em resumo

- ✓ Mede com mais precisão o impacto das variações de preço sobre volume e receita;
- ✓ Evita decisões baseadas em suposições ou médias, com análises dinâmicas e contexto real;
- ✓ Apoia políticas comerciais mais estratégicas e campanhas com maior previsibilidade de resultado.

Tenha mais informações em:

Elasticidade de preços: o que é, qual sua importância e os cuidados necessários ao analisá-la

5

Como começar e escalar

a Inteligência de Mercado na prática

Não existe um ponto único de partida. **O que existe é a melhor próxima etapa, considerando o estágio atual da empresa.**

O próximo passo pode nascer de um diagnóstico rápido, de uma dor clara (como queda de vendas ou evasão), ou de um desejo de crescer com mais segurança.



Estruturar a jornada de forma progressiva

O importante é estruturar a jornada de forma progressiva, com entregas de valor desde o início, que sustentem ganhos contínuos.

Isso envolve definir escopos viáveis, escolher alvos com retorno rápido e construir aprendizados acionáveis.

À medida que os resultados aparecem, a estrutura cresce: **os dados se integram, os times se engajam e a cultura de decisão orientada por evidências se fortalece.**

Em resumo

- ✓ Pode começar com um piloto simples e evoluir com entregas progressivas.
- ✓ O foco deve ser gerar valor prático desde as primeiras análises.
- ✓ A escala vem com maturidade, integração e demonstração de impacto.



Conclusão

IM como força estratégica do Negócio

Inteligência de Mercado está no centro da transformação estratégica das empresas.

Quando bem estruturada e apoiada por IA, deixa de ser operacional e passa a liderar o crescimento, a inovação e a diferenciação no mercado.

IM não é sobre “ter mais dados”. **É sobre ter melhores respostas, decisões mais seguras e resultados sustentáveis.**

E a empresa, munida dessa inteligência, passa a ser um agente ativo na geração de valor — não apenas na comunicação, mas na performance, no posicionamento e na estratégia.

A era do marketing intuitivo já passou. **Agora, quem lidera é quem sabe onde olhar, o que medir e como agir** — com velocidade, profundidade e confiança.

Em resumo

- ✓ IM se transforma em um agente de crescimento e decisão estratégica;
- ✓ Traz mais clareza, previsibilidade e precisão para ações de alto impacto;
- ✓ Torna a empresa mais preparada para agir no presente e liderar o futuro.

7

Como a UniSoma pode apoiar a evolução da Inteligência de Mercado

A jornada da Inteligência de Mercado não é padronizada — ela varia conforme o setor, a maturidade analítica, a cultura organizacional e os desafios estratégicos de cada empresa.

Por isso, **contar com um parceiro experiente, flexível e com visão de negócio faz toda a diferença.**

Combinando tecnologia inteligente, conhecimento analítico profundo e entendimento do negócio, a UniSoma ajuda seus clientes a:

- **Desbloquear o valor dos dados já disponíveis,** estruturando análises e indicadores que entregam respostas práticas para desafios comerciais, operacionais ou estratégicos;
- **Desenvolver modelos preditivos e prescritivos que fortalecem o papel da IM como apoio à tomada de decisão,** com foco em previsibilidade, eficiência e ganho competitivo;
- **Operacionalizar a inteligência por meio de ferramentas intuitivas e processos integrados ao dia a dia,** promovendo o uso contínuo e colaborativo dos insights gerados.



Além disso, a UniSoma trabalha junto às equipes internas para transferir conhecimento, desenvolver autonomia e acelerar a maturidade analítica da organização. **Ou seja, mais do que entregar soluções, ela constrói jornadas sustentáveis.**





Vamos conversar?

Fale com a UniSoma e
descubra **como**
transformar dados em
decisões mais inteligentes.

