

Artificial Intelligence no Service Desk: futuro ou realidade?

Enviado por André Pedrosa
13-Nov-2017

O que parecia um filme de Hollywood – a convivência entre inteligência artificial e pessoas no ambiente de negócios – já é prática diária em algumas empresas. Esse é o caso do SEB, um dos maiores bancos da Suécia. Esta instituição conta com um Service Desk capaz de atender tanto correntistas (usuários externos) como funcionários (usuários internos). Com 150 anos de história e um modelo totalmente digital, o SEB foi um dos primeiros bancos do mundo a montar um service desk de TI formado em parte por pessoas, em parte por agentes virtuais.

Uma assistente virtual chamada “Ida” interage com os usuários de Internet e Mobile Banking, resolvendo com grande rapidez boa parte das chamadas técnicas. Segundo o SEB, a entrada em cena da Ida fez com que o tempo de resolução de uma chamada simples – como realizar o reset da senha de acesso – tenha baixado de 20 para 4 minutos. Acima de Ida, um time de experts continua presente – são profissionais liberados de tarefas repetitivas, alocados, agora, na pesquisa e desenvolvimento de novos negócios e novas experiências digitais. No SEB, acontece a convivência entre profissionais de carne e osso e agentes virtuais que utilizam AI (Artificial Intelligence), Machine Learning (aprendizagem de máquina) e os já tradicionais BigData/Analytics para suportar o crescimento do banco em plena era da transformação digital.

Para os institutos de pesquisa de mercado, esse é um caminho sem volta. Em 2016, um relatório do Gartner sobre esse tema indicava que, até 2019, AI e Machine Learning serão uma realidade nos Service Desk das 2000 maiores empresas globais. Graças a esse avanço, o mix de pessoas e tecnologia ampliará a capacidade de atendimento (número de chamados) desses ambientes em até 30%. O IDC, por outro lado, indica que, até 2019, este mercado valerá US\$ 9,2 bilhões.

AI tem o potencial de aprimorar a experiência do usuário final ao responder automaticamente às solicitações de Service Desk.

Muita gente acredita, por exemplo, que AI se adapta melhor a incidentes previsíveis e repetíveis (determinísticos), que seriam mais fáceis de se automatizar no Service Desk do que os mais complexos, variados e imprevisíveis (não determinísticos). Um chamado não determinístico, por outro lado, seria aquele que apresente múltiplas possíveis soluções e dependa da inteligência artificial analisar todas essas opções para selecionar a resolução mais provável. Algumas tecnologias já conseguem realizar esse salto e, diante de diversas variáveis, estudar qual o melhor caminho para fechar esse chamado. O ponto chave, aqui, é a capacidade de aprendizagem da solução AI/Service Desk.

Num segundo momento, é fundamental avaliar, também, quão atraente e interativa é a interface desta plataforma – esse fator irá provocar um maior engajamento do usuário que busca o Service Desk.

Para o gestor de TI – agora, mais do que nunca, entregando serviços em velocidade digital a vários gestores de negócios –, a soma AI/Service Desk é avaliada, também, a partir de outras bases. Vale a pena buscar soluções capazes de prever o que ainda poderá ocorrer (incidentes futuros) com base em dados de tendências coletados como chamados de TI, FAQ e guias, bem como conteúdo gerado pelo usuário. Numa empresa de varejo, por exemplo, a AI aplicada à prevenção de incidentes futuros será algo de muito valor. Ficará mais fácil evitar crises (e a frustração do

consumidor digital) em momentos de pico como Natal, dia das Mães, Black Friday, etc.

Para atingir essa meta, AI/Service Desk processa todo o histórico de chamados, interações com usuários e base de conhecimentos de uma organização, usando Analytics preditivos para contextualizar os dados e descobrir insights recomendados para chamados operacionais à equipe de TI. São sistemas que aprendem constantemente a cada interação, auxiliando a equipe por meio de preenchimento automático de campos de texto em formulários, sugestão de possíveis resoluções e outros aspectos da operação.

Usando processamento de linguagem natural (a capacidade de uma máquina simular os skills de comunicação de um ser humano), é possível incentivar o usuário final a tirar proveito dos recursos disponíveis de AI para encontrar soluções antes de abrir um chamado de suporte. Além disso, a busca usando texto preditivo ajuda a identificar os melhores repositórios de conhecimento e quais chamados são relevantes no histórico de incidentes da organização – algo importante até mesmo para orientar novos projetos/novos investimentos de TI.

Até mesmo a administração da base de dados do Service Desk passa a ser feita de outra maneira. Num banco como o SEB, a plataforma de AI realiza a criação automática do registro do chamado enquanto o técnico está ao telefone com o usuário. Isso retira das costas do profissional de TI uma tarefa mecânica, liberando-o para se focar em tarefas mais nobres.

Neste tópico, é impossível fugir à grande pergunta: se a AI implicará em demissões ou não. Segundo o Service Desk Institute – fórum global que reúne 25 mil profissionais ITIL –, não vale a pena pensar em AI como uma tendência “Nós x Eles” – e “Eles” seriam softwares avançadíssimos, com recursos de autoaprendizagem. Segundo o SDI, é impossível voltar atrás e vencerá quem compreender o binômio AI/Service Desk e, a partir daí, desenhar soluções com características como flexibilidade, repetibilidade, etc. Num país como o Brasil, porém, a questão é mais complexa, e envolve profundas mudanças na educação – o desafio é compreender que o espaço para o trabalho repetitivo tende a desaparecer e, a partir daí, formar cada vez mais profissionais capacitados.

Acima de tudo, AI/Service Desk promove a eficiência operacional da empresa digital. Escala, rapidez, respostas precisas e que resolvam de fato o problema técnico enfrentado pelo usuário: esses são resultados palpáveis do uso de inteligência artificial no mundo ITSM. O futuro do Service Desk é um mix de pessoas e tecnologias que ajudam a empresa transformada digitalmente a encantar o usuário – o centro do universo no século XXI.

André Pedrosa é Country Manager da Econocom Brasil