

# Case Sommelier Virtual Reservado Concha y Toro

# Cenário

- Os millennials (18 a 35 anos) são a geração com menor penetração na categoria de vinhos (Nielsen).
- Uma pesquisa da Project Genome Home & Habits mostrou que as características da categoria de vinho **intimidam** e **confundem** não consumidores e recém-engajados, principalmente os mais jovens;
- Outra forte característica dos millennials é que eles se sentem **incomodados com abordagens de vendedores**, preferindo interações por meio de **mídias digitais** e Whatsapp;
- Em uma ação teste realizada em um PDV pelo **Grupo CDI**, onde foi disponibilizado um número de Whatsapp para o consumidor falar com um sommelier, **75% das interações foram de pessoas com idade entre 20 e 40 anos.**

# Desafios



# O Chatbot Renato



- Para auxiliar e **tirar as dúvidas dos iniciantes na categoria de vinho**, o Grupo CDI desenvolveu o chatbot Renato para a marca Reservado Concha y Toro;
- O projeto integrado envolveu o time de PR e de marketing do Grupo;
- O sommelier virtual possui mais de **500 possibilidades de respostas** sobre harmonização e dúvidas a respeito do consumo de vinho;
- Com uma **linguagem jovem e bem-humorada**, o Renato interage e responde as dúvidas dos consumidores;
- O sistema foi implementado em 10 totens ponta de gôndola em **PDV's** selecionados, no **Facebook Messenger** e **e-commerce** da marca.
- Também é possível interagir com o Renato por meio de **Landing Page**, fora do Facebook em tela cheia e com as mesmas habilidades disponíveis no Messenger;

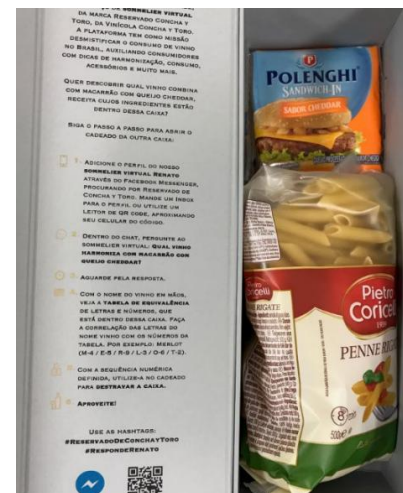
# Estratégia de PR – Evento de Lançamento

- Evento de lançamento do Chatbot Renato no Restaurante Abraccio, em São Paulo, contou com **6 influenciadores digitais** dos segmentos de comportamento e gastronomia;
- Durante o jantar, os influenciadores receberam informações e demonstrações da plataforma em primeira mão;
- Os convidados foram estimulados a harmonizar os pratos com a ajuda do chatbot Renato;



# Estratégia de PR – Caixa Misteriosa

- Influenciadores recebem duas caixas: uma com ingredientes culinários e outra trancada;
- Para abrir a caixa trancada é necessário **interagir com o chatbot Renato** e descobrir qual vinho harmoniza com a receita enviada;
- Após desvendar o mistério, o chatbot envia um **QR Code** para abertura da caixa misteriosa;
- Depois de aberta, a pessoa tinha acesso ao vinho, além dos ingredientes da receita;
- Além do envio da caixa misteriosa para dez influenciadores digitais, foram enviados outros 60 kits para jornalistas e influenciadores de vinho, gastronomia, varejo, lifestyle e comportamento. Estes incluíam um vinho e um material de explicação da ação;



# Resultados

## Resultados comerciais

- **4 vinhos** vendidos a cada **interação** com o chatbot nos PDVs

## Resultados de mídia

- **28 publicações** com menção ao Chatbot Renato em veículos de comunicação
- **100%** das matérias e postagens positivas e provocadas

## Alcance

- Potencial de alcance de mais de **1 milhão de pessoas**
- Aumento de **4.334 de fãs brasileiros na fanpage** de Reservado Concha y Toro após a implantação do chatbot. Antes, a página da marca estava perdendo, em média, 165 fãs mensalmente

# Destques – Mídias Digitais



Casa da Caubi



Casa da Caubi



“Uma experiência fantástica para escolher e comprar vinho, recomendo”



“Eu estou simplesmente maravilhada com essa novidade, promete revolucionar o mercado de vinhos inteiro”



Limão com Alecrim



“Olha que legal esse tour interativo, dá para você escolher seu vinho para acompanhar uma refeição”



Juntando as Panelas



“Agora você tem a possibilidade de ter um sommelier no seu bolso”

# Destaques - Imprensa

## Jornal A TARDE

### SOMMELIER VIRTUAL

A Concha Y Toro apostou em tecnologia para atrair curtidas e engajar consumidores de seus vinhos, mais especificamente o Reservado – que é um vinho para iniciantes –, ofertando um serviço virtual de para harmonização de pratos. O sommelier virtual Renato responde a todas as dúvidas sobre harmonização.

Para acessar o serviço o consumidor deve curtir a página Reservado Concha Y Toro no Facebook e começar a trocar ideias com Renato por meio do Messenger. Trata-se de um software com base na inteligência artificial, então, quanto mais Renato é solicitado, mais ele saberá responder e acumulará informação. A Muito fez um teste e perguntou o que combina com “acarajé”. Renato, na ocasião, não soube responder. Ao colocar feijão com camarão, Renato sugere Reservado Cabernet Sauvignon. Ainda não testamos, mas é incomum. O Renato também dá dicas sobre vinhos. O aplicativo foi desenvolvido por uma agência brasileira e está disponível somente no mercado do Brasil. ■



### Renato, eu te amo

Pra quem tá a fim de fazer charme e curtir sem erro o sabor dos bons vinhos, surgiu o Renato, sommelier virtual da chilena Concha y Toro. A ideia é que o consumidor possa interagir com o robô safo fazendo perguntas e recebendo respostas diretas e divertidas. Com o auxílio do Rê (já íntima), dá pra tirar dúvidas não apenas sobre harmonização de pratos, como também sobre acessórios, consumo e formas de armazenamento. Basta curtir a página Reservado de Concha y Toro no Face e mandar uma mensagem.



### Concha y Toro lança sommelier virtual

Por Redação | 11:07 - 12 de julho de 17

Sistema de inteligência artificial pode ser acessado pelo Facebook Messenger ou em exposições instaladas nos PDVs

A Concha y Toro (VCT) apresenta um sistema de inteligência artificial (ChatBot) para auxiliar os consumidores que estão entrando no mundo dos vinhos. A plataforma, batizada pelo nome de "Renato", funciona como um sommelier virtual, utilizando uma linguagem simples que aborda o universo da bebida.

Buscamos desenvolver a categoria de vinhos como um todo. Essa plataforma ajuda o cliente a escolher o tipo de vinho que harmoniza com as mais diferentes comidas, ocasiões e momentos de consumo; dá o gerente de produto da empresa, Paulo Amalfi.

O consumidor pode interagir com o sommelier virtual fazendo perguntas e recebendo respostas diretas e divertidas. Com o auxílio de "Renato", além das informações já citadas, é possível perguntar também sobre acessórios e as formas de armazenamento.

O objetivo da empresa é despertar o consumo de vinho, estimulando os consumidores a provarem e gostarem da bebida sem se preocupar com especificidades técnicas. Temos que as necessidades do "Renato" incluem apenas as necessidades da marca Reservado Concha y Toro, consolidado pela empresa como a linha de entrada da categoria.

A tecnologia está disponível pelo Facebook Messenger da marca (Reservado Concha y Toro), no site da marca e em 10 pontos de vendas espalhados pelo Brasil (vino sem álcool). Para acessá-lo, basta curtir a página do vinho no Facebook e mandar uma mensagem para a página ou interagir com os displays dos pontos de venda.

Nos PDVs, as telas também funcionam como exposições para os seus rótulos de marca Reservado. Assim que o cliente leva uma garrafa ao sommelier virtual, uma luz se acende sobre os vinhos indicados.

Caso o consumidor esteja no ponto de venda e queira interagir com o robô via Facebook Messenger pelo seu celular, também é possível, por meio de um código gerado pelo robô e que deverá ser inserido no QR. É a mesma tecnologia e aplicada ao painel luminoso: quando uma harmonização é sugerida, acendendo as luzes do equipamento, direcionando o consumidor para a melhor compra.

#### Tecnologia do ChatBot

O ChatBot é uma tecnologia que imita, entende e prevê ações, podendo, assim, interagir normalmente com humanos em chats e conversas. Essa tecnologia já é utilizada pelas grandes empresas para se comunicar de forma eficaz com seus clientes.

Desenvolvido em parceria com a agência Saliero, empresa do Grupo CDI, o ChatBot "Renato" está em constante atualização. "O sistema não para nunca de aprender. Ele é alimentado pelas dúvidas dos consumidores. Temos soluções de harmonização de pratos complexas até as mais simples, do dia a dia, como são com mortadela", explica Valdeok Junior, diretor de atendimento e novos negócios da Saliero.



### Vinícola Concha y Toro lança chatbot para desmistificar consumo de vinhos

Postado em: 12/07/2017, às 15:30 por Redação



Com o objetivo de desmistificar e popularizar o consumo de vinho no Brasil, a marca Reservado Concha y Toro, da Vinícola Concha y Toro (VCT), lança, de forma pioneira, sistema de inteligência artificial (ChatBot) para auxiliar os consumidores de vinhos.

A plataforma, batizada pelo nome de "Renato", funciona como um sommelier virtual, utilizando uma linguagem simples e descomplicada que aborda o universo dos vinhos. A ideia é de que o consumidor possa interagir com o sommelier virtual assim como com um amigo, fazendo perguntas e recebendo respostas diretas e divertidas. Com o auxílio de "Renato", será possível tirar dúvidas não apenas sobre harmonização de pratos, como também sobre acessórios, consumo e formas de armazenamento.

A tecnologia está disponível pelo Facebook Messenger da marca (Reservado de Concha y Toro), no site da marca e em 10 pontos de vendas (PDVs) espalhados pelo Brasil. Para acessá-lo, basta curtir a página do vinho no Facebook e mandar uma mensagem para a página ou interagir com os displays dos pontos de venda.

#### Atendimento ao cliente

Uma das percepções mais comuns quando se fala sobre o consumo de vinho no Brasil é de que o assunto é apenas para especialistas. Justamente por isso que a marca Reservado Concha y Toro escolheu a tecnologia ChatBot para entender as necessidades dos clientes e auxiliá-los de forma simples na escolha e consumo de bons vinhos.

"A marca Reservado Concha y Toro tem como objetivo, recrutar novos consumidores e desmistificar o consumo da bebida. Nossa missão é fazer com que as pessoas provem e gostem, sem se preocuparem com especificidades técnicas. Queremos mostrar que vinho é para todos os perfis. Ter um assistente virtual como o "Renato" é importante para disseminar essa cultura", explica Paulo Amalfi, gerente de marketing de Reservado Concha y Toro.

#### Tecnologia do ChatBot

Desenvolvido em parceria com a agência Saliero, empresa do Grupo CDI, o ChatBot Renato é pioneiro no uso desse sistema dentro as vinícolas no mundo, e está em constante atualização. "O sistema não para nunca de aprender. Ele é alimentado pelas dúvidas dos consumidores. Temos soluções de harmonização de pratos complexas até as mais simples, do dia a dia, como são com mortadela", explica Valdeok Junior, diretor de atendimento e novos negócios da Saliero.

Nos pontos de venda, os clientes encontram um robô com display de interação e prateleiras luminosas com os vinhos da marca. Na tela, o sommelier virtual responde dúvidas previamente selecionadas e de forma intuitiva. Ao sugerir uma harmonização, automaticamente o robô acende as prateleiras luminosas, guiando o consumidor para a escolha certa. "Esse equipamento possui o princípio de IoT (Internet das Coisas), fazendo com que as prateleiras conversem entre si", explica Valdeok.

Caso o consumidor esteja no ponto de venda e queira interagir com o robô via Facebook Messenger pelo seu celular, também é possível, por meio de um código gerado pelo robô e que deverá ser inserido no QR. É a mesma tecnologia e aplicada ao painel luminoso: quando uma harmonização é sugerida, acendendo as luzes do equipamento, direcionando o consumidor para a melhor compra.



Com o objetivo de desmistificar e popularizar o consumo de vinho no Brasil, a marca Reservado Concha y Toro, da Vinícola Concha y Toro, lança um chatbot para auxiliar os consumidores. A plataforma, batizada pelo nome de "Renato", funciona como um sommelier virtual, utilizando uma linguagem simples e descomplicada que aborda o universo dos vinhos. A ideia é de que o consumidor possa interagir assim como com um amigo, fazendo perguntas e recebendo respostas diretas e divertidas.

Com o auxílio de "Renato", será possível tirar dúvidas não apenas sobre harmonização de pratos, como também sobre acessórios, consumo e formas de armazenamento. A tecnologia está disponível pelo Facebook Messenger da marca, no site da marca e em 10 pontos de vendas (PDVs) espalhados pelo Brasil. Para acessá-lo, basta curtir a página do vinho no Facebook e mandar uma mensagem para a página ou interagir com os displays dos pontos de venda.

"A marca Reservado Concha y Toro tem como objetivo, recrutar novos consumidores e desmistificar o consumo da bebida. Nossa missão é fazer com que as pessoas provem e gostem, sem se preocuparem com especificidades técnicas. Queremos mostrar que vinho é para todos os perfis. Ter um assistente virtual como o "Renato" é importante para disseminar essa cultura", explica Paulo Amalfi, gerente de marketing de Reservado Concha y Toro.

# OBRIGADO!