

Tema:
**Neurociência e Inteligência artificial:
As novas interfaces do conhecimento**



**A APLICAÇÃO DA NEUROCIÊNCIA E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO SETOR
B2B DE PNEUS: ESTRATÉGIAS PARA OTIMIZAÇÃO E FIDELIZAÇÃO**

César Augusto MARRA¹

A neurociência e a inteligência artificial estão revolucionando o setor empresarial ao oferecer novas maneiras de entender o comportamento humano e incrementar a eficiência operacional. Para empresas de vendas de pneus no mercado B2B, que atendem os comerciantes, essas tecnologias permitem uma abordagem mais estratégica na gestão das relações com os clientes e na otimização dos processos internos. Este estudo visa examinar como a interação entre neurociência e inteligência artificial pode ser aplicada a empresas que operam no comércio B2B, com revenda de pneus, promovendo seu desempenho ao proporcionar uma compreensão mais detalhada das decisões e necessidades dos clientes. Ao aprofundar esse entendimento, torna-se possível uma adaptação mais eficaz às demandas do mercado, otimizando os resultados. A metodologia adotada para esta pesquisa baseia-se na revisão de estudos e literatura especializada, que abordam o impacto dessas inovações em áreas-chave como gestão de vendas, comportamento do consumidor e automação de processos empresariais. No contexto B2B, a análise de dados comportamentais dos clientes, com o suporte da inteligência artificial, permite previsões mais precisas sobre suas necessidades, hábitos e padrões de compra. Isso facilita a personalização das ofertas e o refinamento contínuo das estratégias de negócio, garantindo maior alinhamento com as expectativas do mercado. Além disso, a aplicação da neurociência nos possibilita entender melhor as motivações psicológicas e emoções que influenciam os gestores e empresários no processo de tomada de decisões. Equipadas com essas percepções, as equipes de vendas podem ajustar suas abordagens de forma mais assertiva, estabelecendo uma comunicação mais eficiente e personalizada com os clientes, o que melhora consideravelmente o relacionamento e a fidelização. A inteligência artificial também dinamiza as operações ao automatizar atividades como monitoramento de estoque e previsão de demanda, o que ajuda a reduzir custos operacionais, aumentar a eficiência logística e otimizar a gestão de produtos. Conclui-se, portanto, que a integração entre neurociência e inteligência artificial não só aprimora a eficiência no atendimento ao cliente B2B, mas também promove uma fidelização mais sólida e personalização dos serviços, fatores cruciais em mercados competitivos como o de pneus para revenda. Ao adotar essas tecnologias, as empresas são capazes de

¹ Discente do 2º ano do curso de Processos Gerenciais do Centro Universitário Antonio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente. cmarra10@gmail.com

antecipar tendências de mercado, ajustar suas operações de maneira proativa e fortalecer suas relações com lojistas, oferecendo soluções cada vez mais ajustadas às suas necessidades específicas. No comércio de revenda de pneus, a incorporação dessas inovações tecnológicas pode proporcionar um diferencial competitivo altamente significativo, aumentando tanto a satisfação do cliente quanto a lucratividade da empresa, posicionando-a de maneira mais eficiente e sustentável no mercado em longo prazo.

Palavras-chave: Neurociência empresarial. Inteligência artificial. Gestão de vendas B2B. Comportamento do consumidor. Automação de processos