

03 DE SETEMBRO DE 2019



BR Distribuidora firma parceria com Big Data para uso de Inteligência Artificial em ofertas do Petrobras Premmia

O programa de fidelidade Petrobras Premmia vai ganhar recursos de Inteligência Artificial para ampliar o engajamento de seus mais de 13 milhões de participantes, através da otimização e customização de ofertas. Nesse sentido, a BR Distribuidora acaba de firmar uma parceria com a Big Data, líder no mercado brasileiro para soluções tecnológicas corporativas com IA.

Através do desenvolvimento de algoritmos de *machine learning* e a utilização de mais de 17.000 variáveis, a Big Data conseguirá identificar a oferta específica que faz mais sentido para cada participante do Premmia, dentre os milhares de itens disponíveis a partir dos parceiros do programa. Essa recomendação, então, será apresentada ao usuário em data, horário e canal igualmente personalizados a partir do perfil de cada participante, aproximando ainda mais os postos Petrobras da vida dos clientes que usam seus produtos e serviços diariamente, em todo o Brasil.

Para Leo Burgos, gerente executivo de Negócios de Varejo da BR, "esse investimento é essencial para que a BR, através de seu programa de fidelidade, conheça melhor seus consumidores e desenvolva ofertas personalizadas. Assim, tornamos o Premmia cada vez mais relevante e trazemos mais valor para nossa revenda e franquias".

"A Big Data tem experiência na personalização de ofertas para grandes bases de usuários, através da adoção de algoritmos que aprendem sozinhos e entregam soluções rápidas, personalizadas e eficazes. Temos confiança de que essas ferramentas ajudarão a BR Distribuidora a ser cada vez mais assertiva para a experiência de seus milhões de clientes, e ficamos animados em poder apoiar este ícone da economia brasileira em sua transformação digital", afirma Gustavo Ioschpe, fundador e CEO da Big Data.

Sobre o Petrobras Premmia – O Premmia é o programa de fidelidade dos postos BR e tem como objetivo reconhecer e recompensar seus mais de 13,4 milhões de clientes, através de uma mecânica de pontos, pelo consumo realizado nos postos, lojas de conveniência BR Mania e centros de lubrificação Lubrax+. O Premmia faz isso por meio de parceiros estratégicos, promoções e eventos exclusivos.

O programa proporciona aos seus participantes, mediante resgate de pontos, vales-combustível, descontos na troca de óleo no Lubrax+, descontos na compra de produtos nas lojas BR Mania, milhas aéreas Tudo Azul, ingressos de cinema e futebol, descontos na compra de ingressos para outros eventos culturais e esportivos, além de inúmeras outras ofertas em diversos parceiros. Saiba mais em <https://www.petrobraspremmia.com.br/>.

Sobre a Big Data – Líder e pioneira em *big data analytics* no Brasil, operando no país, EUA e Europa desde 2013, tem entre seus clientes Ambev, Unilever, BRF, Estácio, Cerveceria Quilmes, Petz, Hospital Albert Einstein e outros. Provendo soluções nas áreas de *pricing*, personalização de sortimento, otimização de investimentos de marketing e eficiência promocional, a Big Data é um parceiro estratégico dos seus clientes no uso de Inteligência Artificial. Para mais detalhes, visite www.bigdata.com.br.

Gerência de Relacionamento com Imprensa

(21) 2354.4979 | 2354.4856 | 97282.6767 | 99719.8719

geicom@br.com.br

facebook.com/postospetrobras

youtube.com/postospetrobras

www.br.com.br