

O Grupo Boticário acredita que **HOMENS E MULHERES** são igualmente capazes.

VEJA O QUE FAZEMOS PELA EQUIDADE DE GÊNERO



grupo boticário  
beleza é o que a gente faz

PRINCIPAL / CONTEÚDO / ENTREVISTAS / **MARC ATALLAH, CO-FUNDADOR DA ZETTAFOX, STARTUP ESPECIALIZADA NA EXTRAÇÃO DE CONHECIMENTO A PARTIR DE BIG DATA**



23 DE MAIO DE 2016

## MARC ATALLAH, CO-FUNDADOR DA ZETTAFOX, STARTUP ESPECIALIZADA NA EXTRAÇÃO DE CONHECIMENTO A PARTIR DE BIG DATA

### 1 – Quem é a Zettafox e que tipo de serviços oferece?

A Zettafox é uma empresa (desmembrada da Deloitte), focada em ajudar seus clientes a maximizar percepções e valor que eles possam derivar de dados de negócios. É uma start-up disruptiva, especializada na extração de conhecimento a partir de big data<sup>1</sup>, com tecnologia própria de machine learning<sup>2</sup>.

Nossa tecnologia completa a Prescriptive learning<sup>3</sup> utilizando novas técnicas de ‘machine learning’, com base em aprendizagem prescritiva. Prescritiva responde à pergunta do PORQUE? E COMO? Produz percepções de elevado valor, que é capaz de associar uma alavanca acionável específica a um grupo específico de clientes.

<sup>1</sup> big data – grandes volumes de dados, com base em tecnologias de machine learning

<sup>2</sup> machine learning- subcampo da computação que reconhece padrões e explora o estudo e construção de algoritmos que podem aprender e fazer previsões sobre dados construindo um modelo, em vez de seguir as instruções do programa estritamente estático.

<sup>3</sup> Prescriptive learning ou aprendizagem prescritiva é o treinamento que é designado a um aluno com base em seu / sua gerente, função de trabalho e de avaliação de pontuação.

Os fundadores – Marc Atallah, Luis Belmar Letelier e Patrick Zerbib – iniciaram a empresa como uma plataforma analítica em 2008 chamada Caritat Strategic Analytics Group, adquirida pela Deloitte em 2012, operando no

criada em 2008 chamada Canal Strategic Analytics Group, adquirida pela Deloitte em 2012, operando no Reino Unido, América do Sul, especialmente no Peru e Brasil. Em 2015, nós os fundadores nos desmembramos da Deloitte para criar Zettafox na França.

Basicamente, nós continuamos a trabalhar com casas de fragrâncias e os seus clientes também, como Givaudan, ELC, Christian Dior, Coty. Mas também passamos a atender outras indústrias, como bancos / seguros e empresas de telecomunicações.

A empresa está sediada em Paris, com uma equipe de P & D na França e na Polônia e cientistas de dados trabalhando na Europa, Japão, UAE – Emirados Árabes Unidos -, Estados Unidos. A Zettafox concentra-se principalmente nas necessidades do cliente, encontrando percepções que eles não podem encontrar usando as técnicas tradicionais e encontramos para eles novas aplicações, como em Sensorial de análises de percepção.

## **2 – Que tipo de dados a Zettafox usa?**

Os dados vem de testes de consumo. A Zettafox completa estes testes, adicionando a eles a fórmula, que é uma combinação de dados que torna o produto mais interessante para os consumidores. Esses dados são analisados usando algoritmos específicos da Zettafox para chegar a combinações prescritivas de ingredientes maximizando a percepção estudada.

Por exemplo: temos trabalhado em cremes hidratantes, e sua percepção para os nossos clientes de casas de fragrâncias. Estamos tentando impulsionar agora novas aplicações na técnica de encapsulamento, hábito ou longa duração...

Por exemplo o encapsulamento quando integrado num detergente proporcionará a possibilidade de se produzir um aroma diferente quando as roupas forem esfregadas, ou ao passar a roupa... Para um xampu isso poderia produzir um segundo efeito quando as pessoas penteassem os cabelos ou quando passassem as mãos neles, etc. ... Existem várias aplicações que podem ser definidas usando as técnicas de machine learning. Além disso, a análise de combinação de ingrediente também pode ser feita em atributos dos consumidores com combinações de ingredientes associados. Isto proporciona uma linguagem comum entre P & D e as equipes de Insights.

## **3 – Qual é o diferencial do sistema big data da Zettafox a outras agências de análise de dados de mercado?**

Nossas equipes de P & D inventaram a tecnologia que construímos e continua a fazer pesquisas no campo de análise prescritiva encontrando novas formas de responder às questões do Porquê? e Como? para compreender melhor as percepções e o comportamento do consumidor. As percepções que encontramos vêm de combinações interessantes de atributos e /ou ingredientes /combinações.

Isso não significa que o trabalho de um perfumista, por exemplo, possa ser substituído. Nenhuma máquina ou tecnologia pode substituir a sensibilidade dos perfumistas, mas ajudá-los em seus processos de decisão para uma criação mais segmentada. Mas ela poderá ajudá-los a serem mais eficientes, já que eles usam muitos aromas e têm possibilidades de combinação infinitas. O trabalho da Zettafox é proporcionar a eles uma orientação, uma direção. Por exemplo, em alguns trabalhos recentes com perfumistas, a Zettafox conseguiu reduzir uma fórmula a partir de 250 ingredientes ativos a apenas 6, baseada em um número mínimo de aromas.

## **4 – O que a Zettafox poderia oferecer às grandes empresas que estão enfrentando enorme concorrência, além de uma séria crise político-administrativa no país?**

Duas coisas: dados inteligentes e dados mensuráveis. A Zettafox ajuda as empresas a entender melhor o comportamento do consumidor. Graças ao Big Data e Dados Inteligentes (dados específicos com base em painéis de consumidores ou painéis de peritos) podemos fornecer informações mensuráveis do comportamento do consumidor ajudando as empresas no sentido de tomar decisões estratégicas corretas de mercado e decisões de consumo. Essas informações podem inclusive revelar uma atividade recente de nicho

mercado e decisões de consumo. Essas informações podem inclusive revelar uma atividade nascente, de nicho, ainda não detectada na perspectiva do consumidor para a percepção de atributo e também do ponto de vista ingrediente, para fazer melhores fragrâncias e produtos. Além de ajudar a compactar e aperfeiçoar fórmulas, como dito na questão anterior.

## 5 - Vocês trabalham apenas para grandes corporações?

A Zettafox trabalha com grandes corporações, casas de fragrâncias / criadores, start-ups e filiais multinacionais que tentam trabalhar em mercados locais. O que fazemos é fornecer soluções precisas para questões relacionadas à estratégias corporativas e estratégia guia, permitindo a implementação das informações fornecidas pela análise das previsões sob a perspectiva do mercado e dos consumidores.

Nosso método consiste em coletar uma grande quantidade de dados característicos, a fim de identificar, tanto quanto possível, todos os elementos que possam influenciar no comportamento dos consumidores. É nesse ponto que os revendedores desempenham um papel crucial. E o papel das empresas é expandir as maneiras de se conectar com seus consumidores.

## 6 - Que percepções podem trazer os algoritmos específicos da Zettafox?

Eles ligam o P & D às percepções do Marketing / Cliente usando sua tecnologia de análise de prescrição específica. Eles ajudam a entender melhor a percepção do consumidor do ponto de vista do mercado, ligam os briefs à percepções e combinações de ingredientes do ponto de vista do P & D. Em Fine Fragrances, por exemplo, nós trabalhamos em Gosto, Intenção de Compra ou combinações de atributos específicos, mas também em questões maiores, como o hábito para aumentar a fidelidade (o que faz uma pessoa querer usar sua fragrância todos os dias) ou aspectos técnicos como de longa duração, encapsulamento etc ...

## 7 - Um ingrediente prescritivo pode alterar um briefing de marketing?

Sim. Na verdade seria a combinação de ingredientes de efeito oculto que alteraria um briefing de marketing ou o tornaria mais preciso.

[VOLTAR À LISTA](#)

[ENVIE PARA UM AMIGO](#)

busca

[VER TODOS »](#)

e-news

## OUTRAS NOTÍCIAS

Natura aumenta acesso à venda da linha SOU com vending machines e assinaturas

maquim e assinaturas

Analistas de mercado analisam mercado brasileiro de cosméticos e apontam tendências

L'Oreal investe em tecnologia startup na incubadora Founders Factory

Hering agora tem linha própria de perfumes e acessórios

## Aquisições de empresas

bambu empreendedorismo empresas estudos ionais L'Occitane

mundo Natural negócios

parceria Pesquisas de Mercado profissionais responsabilidade social

Resultados Retrospectiva sabonete terceirização trabalho Venda Direta



cosméticos  
DO SETOR PARA O SETOR

ANUNCIE AQUI!



primera  
beauty & design packaging

Lubrizon



prime  
beauty & design pac



---

[SOBRE NÓS](#)   [CONTATO](#)   [E-NEWS](#)

COPYRIGHT 2015 | ESCRIBA COMUNICAÇÕES | ALL RIGHTS RESERVED

desenvolvido por  
Copy Protected by [Chetan's WP-Copyprotect](#).