

CHAT COMMERCE REPORT

BRASIL — 2025

O maior estudo do mercado sobre vendas por **canais conversacionais** e os impactos da IA nas operações





INTRODUÇÃO

Se você quer entender o presente e o futuro das vendas, basta olhar no WhatsApp!

O Chat Commerce Report 2025, desenvolvido pela OmniChat, nasce da análise de dados reais de mercado. São milhões de interações das conversas que passaram pela nossa plataforma, centenas de marcas e uma missão: mapear o que realmente funciona no canal mais usado pelos brasileiros. Entre IA generativa, campanhas, vendas e automações, uma coisa é certa: **quem aprende a conversar, escala e vende.**

Esse é um report consolidado com dados do ano anterior. Em 2024, transacionaram pela nossa plataforma mais de 42 milhões de conversas, um **crescimento de +40% em relação a 2023**. É como se 1 a cada 5 brasileiros tivesse interagido pelo menos uma vez no WhatsApp com uma marca que usa a OmniChat para vender. Por estas conversas transitaram **mais de 780 milhões de mensagens, em canais como WhatsApp, Instagram, Messenger e Webchat, um crescimento de +55% YoY.**



782.749.512 mensagens trocadas

42.218.095 conversas realizadas

24.013.303 clientes atendidos

+29.011 vendedores

+500 marcas



Mas talvez o dado mais emblemático seja este: **o canal conversacional deixou de ser coadjuvante de suporte para se consolidar como canal principal de vendas, influência e decisão de compra.** O atendimento via chat evoluiu de um diferencial para uma peça-chave nas estratégias de negócios. Esse número não é só um marco: é um sinal claro de que o canal conversacional deixou de ser um “atendimento simpático” para virar máquina de receita, performance e eficiência operacional.

Essa transformação foi impulsionada por dois movimentos principais, ambos respaldados por dados concretos e mudanças de comportamento do consumidor: **(1)** a consolidação do **WhatsApp** como canal de vendas de alta performance; **(2)** a aceleração do uso de **Inteligência Artificial (IA)** para escalar atendimento e produtividade. Antes de explorá-los, vale contextualizar por que o canal conversacional ganhou tamanha relevância.

O consumidor já escolheu o chat:

99%

dos smartphones
brasileiros têm
WhatsApp instalado

+80%

dos consumidores
querem se comunicar
com empresas por
mensagens

83%

já receberam suporte
ou tiraram dúvidas via
WhatsApp

Metade dos brasileiros passa entre 2 e 4 horas por dia no WhatsApp, e 17% excedem esse tempo. Ou seja, o público dedica uma parcela significativa do seu dia a conversas nos apps – e espera encontrar as marcas lá, de forma rápida e conveniente. Não surpreende que o **WhatsApp seja o canal preferido dos brasileiros para interagir com negócios.**

Você está prestes a explorar benchmarks, descobertas e sinais do que vem por aí. Use este material para provocar decisões, ajustar rotas e, por que não, desafiar o status quo da sua operação. **Boa leitura!**



SUMÁRIO

CAPÍTULO 1

Canais conversacionais: o novo eixo do consumo	05
A aceleração do uso da Inteligência Artificial na operação de vendas	15
A IA como solução para um atendimento ininterrupto	22

CAPÍTULO 2

Marketing Conversacional: da conexão à conversão	29
Mensagens de marketing em ação	33
Campanhas no WhatsApp convertem mais que os canais tradicionais	34
Case: Como a ASICS transformou o WhatsApp em sua maior loja	35
WhatsApp + IA: o match perfeito para encantar em escala	38
Engajamento de milhões: a mensagem certa muda tudo	40
ROAS: WhatsApp como multiplicador de resultados	41
Ticket médio: desafios e oportunidades à vista	42
Como capturar esse potencial e impulsionar o ticket médio	43
Por falar em carrinho abandonado...	44
Da dor clássica à maior oportunidade do varejo com IA conversacional	45
Recuperação de carrinho abandonado 3.0	46

CAPÍTULO 3

Gestão e eficiência para conversas que vendem	48
O potencial inexplorado dos canais de chat	49
Os números falam por si, mas não param por aí...	51
Transforme seu time de vendas com o poder de um Copilot de IA 10x mais produtivo	52
IA na linha de frente: a revolução silenciosa que está transformando sua pré-venda	54
Escale seu time de vendas com Agentes Autônomos	55
O novo benchmark de produtividade em vendas com IA	57
Experiência total: personalizada no atendimento, perfeita na entrega	60
IA de alta performance se constrói com contexto, dados e treinamento	61
Conversas que influenciam	63

OmniChat: tecnologia que acelera resultados, conversas que impulsionam negócios	64
--	-----------



CAPÍTULO 1

Canais conversacionais: o novo eixo do consumo

A jornada de compra não começa apenas na loja. Nem sempre começa em um site. Hoje, ela começa onde o consumidor está: nas redes sociais, nos aplicativos de mensagens, nos canais onde ele se sente mais confortável para se informar, comparar, tirar dúvidas e decidir.

Esse novo comportamento é reflexo de um **consumidor cada vez mais digital**, que transita com fluidez entre diferentes plataformas e espera ter com as marcas o mesmo tipo de comunicação que tem com amigos e familiares: rápida, prática e personalizada.

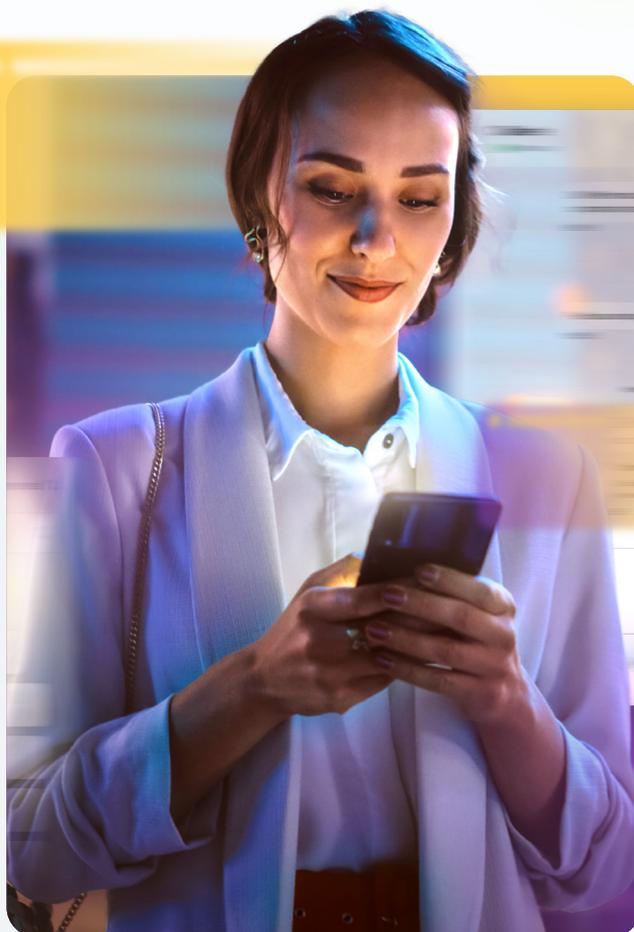
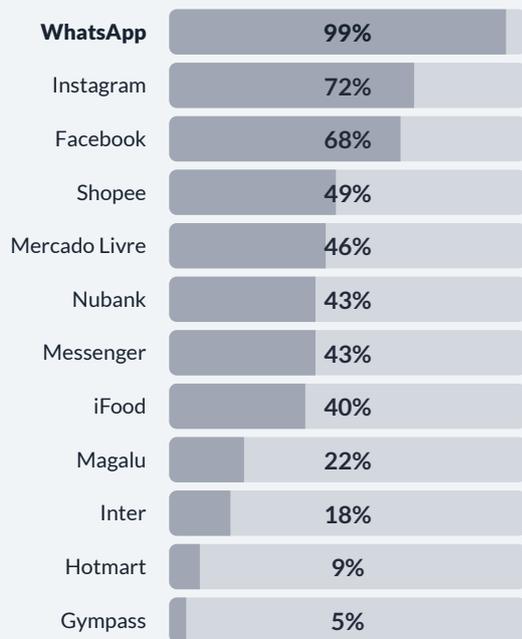
É nesse cenário que os canais conversacionais assumem protagonismo. Plataformas como Instagram, Facebook Messenger e, principalmente, WhatsApp se tornaram pontos de partida para a descoberta de produtos, interações com marcas e concretização de vendas.

Entre eles, o **WhatsApp ocupa uma posição incontestável: com 99% de penetração entre os usuários de internet no Brasil**, o aplicativo é o canal de comunicação mais utilizado no país — superando o Instagram (72%) e o Facebook (68%). Mais do que um app de mensagens, o WhatsApp se transformou em um verdadeiro hub de relacionamento e conversão.





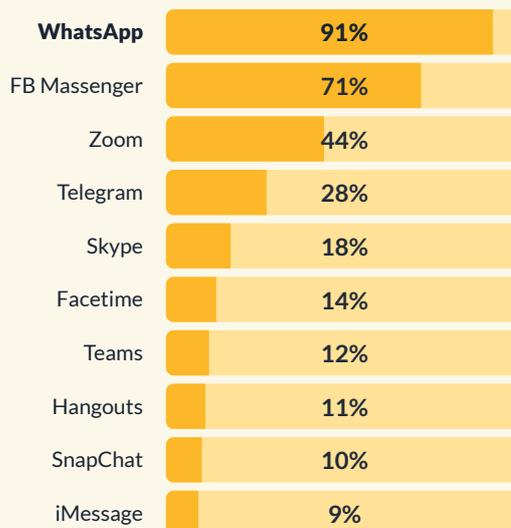
→ Penetração de aplicativos BR



Em países da América Latina, além de ser o **canal de conversa mais utilizado**, ele é **prioritário para 91% das pessoas**, com 52% delas afirmando despende entre 2 e 4 horas diárias na plataforma, e 17% afirmando ultrapassar este tempo.

Baseado nos dados ao lado, podemos concluir que, independente do canal de entrada utilizado pelo consumidor para contato com as marcas, a **preferência de continuidade da comunicação é pelo WhatsApp**.

→ Canal de preferência





Vendas por WhatsApp: o canal de chat como protagonista do varejo



O **WhatsApp** se estabeleceu como o principal ponto de contato entre marcas e consumidores no Brasil.



Em 2024, **95,21% do volume total de conversas ocorreu via WhatsApp**, deixando claras as proporções de sua dominância. Não é só questão de quantidade, é sobre qualidade.

É nesse canal que a maior parte das **vendas por chat são iniciadas, influenciadas e finalizadas**. A presença maciça do WhatsApp na vida do consumidor o transformou na “loja” mais acessível e movimentada do país. Algumas empresas reportam que o WhatsApp já supera quaisquer filiais físicas ou mesmo o e-commerce tradicional em volume de vendas, tornando-se na prática **sua maior loja em faturamento**. Esse fenômeno não veio por acaso: ele reflete onde está a atenção do cliente.



VOLUME DE CONVERSAS EM ALTA:

O salto de **30 milhões (2023)** para **mais de 42 milhões de conversas em 2024** indica que cada vez mais consumidores estão engajando via chat antes de comprar.

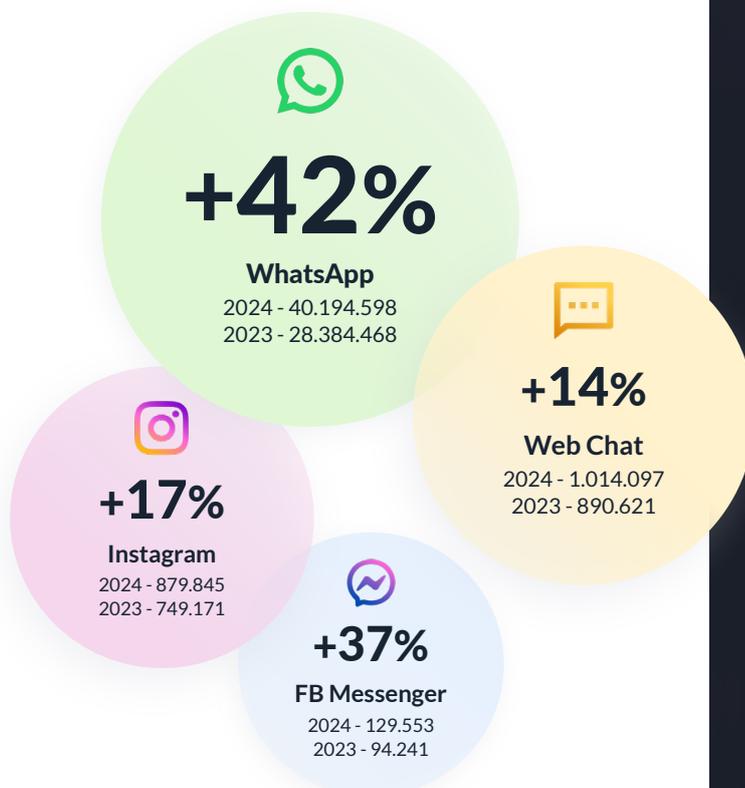
Em termos comparativos, esse número de conversas equivale a praticamente **uma conversa para cada cinco brasileiros no ano**, destacando como o WhatsApp se tornou onipresente na interação entre marcas e consumidores.

Esse crescimento de ~40% sugere não apenas novos usuários adotando o canal, mas também uma frequência maior de interações por cliente. A jornada de compra está mais conversacional e recorrente.

CONSOLIDAÇÃO DO WHATSAPP:

A hegemonia de ~95% de participação do WhatsApp no mix de conversas mostra que, embora outros canais (Instagram Direct, Messenger, Webchat) tenham sua relevância, **eles permanecem nichados.**

O WhatsApp concentra virtualmente toda a ação. É nele que as estratégias de chat commerce precisam brilhar. Empresas que ainda tratam o WhatsApp apenas como SAC estão **perdendo vendas** — o canal evoluiu para vitrine, provador, balcão e caixa, tudo em um só lugar.





A jornada sem fricção: o poder da integração do conversacional

Em um mercado onde o consumidor valoriza agilidade, personalização e conveniência acima de tudo, **o atendimento conversacional se consolida como peça-chave para marcas que desejam entregar experiências memoráveis, do primeiro clique ao pós-venda.**

Integrar o WhatsApp e outros canais conversacionais à jornada de compra não é só uma escolha inteligente, é uma vantagem competitiva. Mais do que eliminar atritos, essa integração cria conexões reais, gera escala com eficiência e impulsiona os resultados comerciais com personalização em tempo real.





Veja como cada etapa da jornada pode ser **transformada com o poder do conversacional:**

01

Atração:

quando a conversa começa no canal certo



- ✓ Captação de leads diretamente onde o cliente está: redes sociais, mídia paga, site. Sem redirecionamentos ou formulários longos.
- ✓ Agentes interativos ativam o engajamento com perguntas, sugestões de produtos e abordagens naturais.
- ✓ Campanhas com CTA para WhatsApp que trocam o clássico "compre agora" por algo muito mais eficaz: "fale com um especialista ou personal shopper".
- ✓ Coleta de dados automatizada dentro do próprio chat, criando uma experiência fluida, sem barreiras e altamente propensa à conversão.

02

Qualificação:

entendendo o cliente antes de vender



- ✓ Agentes inteligentes segmentam leads com base em comportamento, intenção e perfil.
- ✓ Perfis enriquecidos automaticamente ao longo da conversa.
- ✓ Quando necessário, o atendimento humano assume com todo o contexto em mãos, como histórico resumido, respostas prévias e preferências do cliente.



03

Conversão:

da conversa ao checkout, sem atritos



- ✓ Catálogos dinâmicos diretamente no WhatsApp, com personalização e recomendações em tempo real.
- ✓ Gestão de carteira e ações em massa para ativar contatos de forma estratégica.
- ✓ Checkout integrado com acompanhamento ativo, garantindo segurança e suporte no momento da decisão.
- ✓ Recuperação de carrinhos abandonados, cupons personalizados e condições especiais que aceleram a conversão.

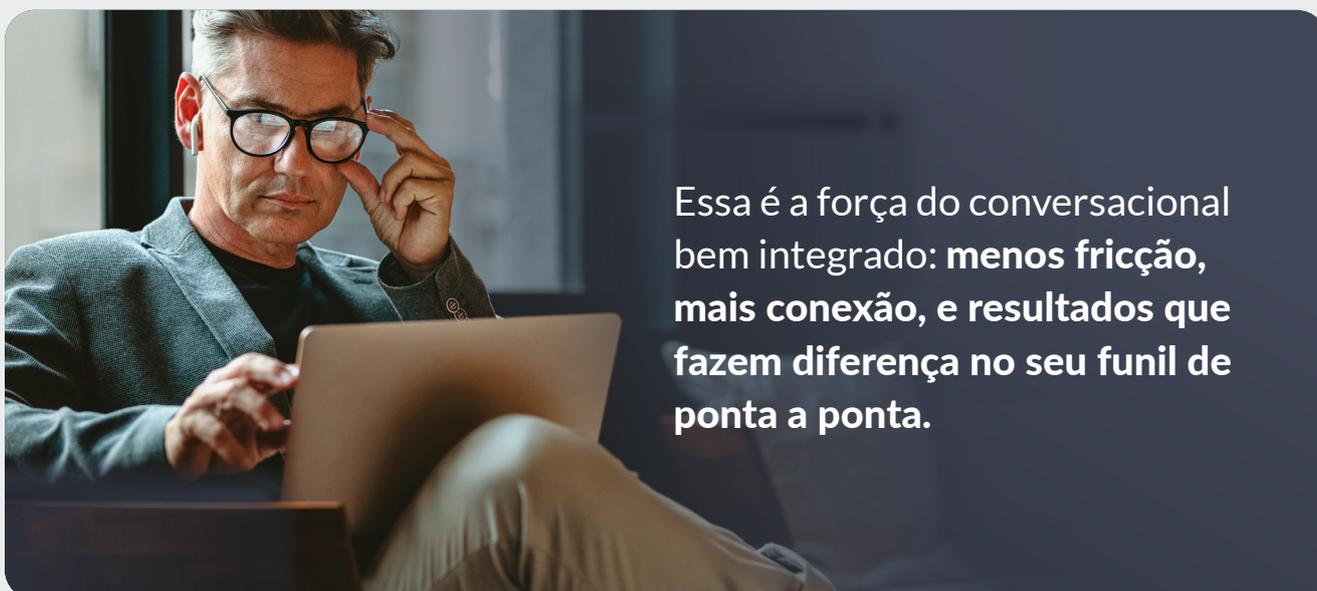
04

Pós-venda:

o relacionamento que perdura



- ✓ Atualizações de pedido e suporte automatizado, tudo dentro do WhatsApp.
- ✓ Pesquisas de NPS e CSAT disparadas automaticamente, com altíssimas taxas de resposta.
- ✓ Programas de recompra com cashback e incentivos acionados via mensagem.
- ✓ Dashboards completos para acompanhamento de performance e otimização contínua.



Essa é a força do conversacional bem integrado: **menos fricção, mais conexão, e resultados que fazem diferença no seu funil de ponta a ponta.**



Proximidade **que vende:**

Os consumidores atendidos no WhatsApp desfrutam de um atendimento personalizado, assíncrono e ágil, no ambiente onde já conversam com amigos e família. Essa familiaridade traz confiança e influência nas decisões.

LIVE!

Não por acaso, marcas como a LIVE!, referência nacional em moda fitness, vêm investindo no canal para **transformá-lo em uma das principais vitrines de vendas digitais.**

Com a OmniChat, a LIVE! estruturou uma operação dedicada com cinco personal shoppers, implementou campanhas automatizadas, reduziu o tempo médio de resposta e aumentou o faturamento do canal conversacional em **110%** entre 2023 e 2024. O resultado? Além do WhatsApp passar a representar 10% do faturamento do e-commerce, o canal consolidou-se como um dos principais pontos de contato e conversão da marca com o consumidor.



“

Tabita Ersching

Coordenadora de vendas e-commerce da LIVE!

Para marcas que ainda não têm uma plataforma de atendimento, o grande diferencial é conseguir centralizar tudo em um só lugar, monitorar a jornada e escalar campanhas com inteligência.

**LIVE!** +  **OmniChat**

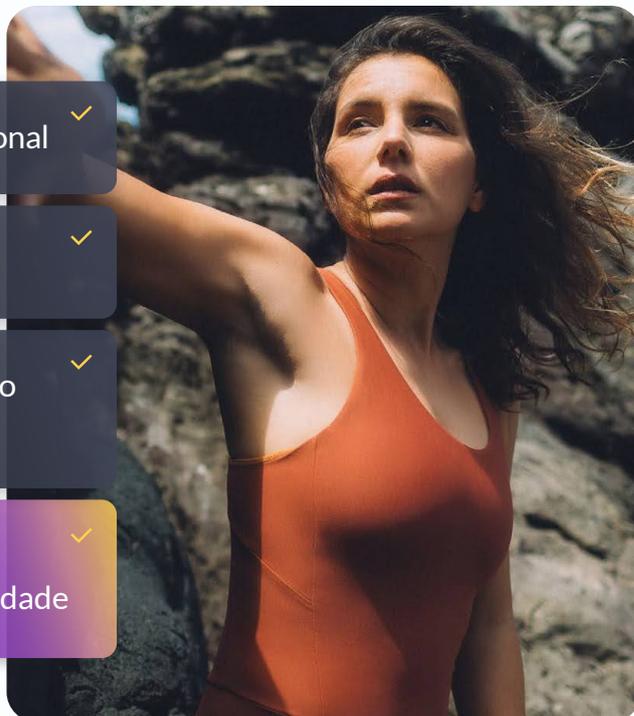
NÚMEROS (2025):

- **Crescimento de 110%** no canal conversacional ✓

- **TME reduzido em 40%** ✓

- **CSAT de 4,8**, com alta aceitação da IA como suporte ao time de vendas ✓

- **Uso do Whizz Copilot** para resumos, transcrição de áudios e ganho de produtividade ✓



A LIVE! mostra como unir estratégia, tecnologia e cuidado na jornada do cliente pode transformar o WhatsApp de um canal de atendimento em uma máquina de vendas com inteligência e escala.

**Gianluca Magaldi**

Gerente de E-commerce da LIVE!

A OmniChat nos deu visibilidade sobre o que antes era invisível. Com os dados em tempo real e uma operação estruturada no WhatsApp, conseguimos transformar conversas em vendas e aumentar o faturamento no canal.



A expansão geográfica do chat commerce:

O que antes era concentrado nas regiões mais industrializadas começou a se democratizar pelo país em 2024.

Embora o Sudeste siga líder em volume de atendimentos via chat, com cerca de 46% do total, houve uma queda de 2 pontos percentuais em relação a 2023, quando tinha ~48%. Esse recuo do Sudeste veio acompanhado de **forte crescimento no Sul**, que agora responde por 27% dos atendimentos (+5 p.p. vs 2023), impulsionado pelo avanço do e-commerce em estados sulistas.

Outras regiões também mostram participação modesta porém crescente: o Nordeste manteve ~12% (ainda sub-representado frente a ~27% da população), o Centro-Oeste estável em ~8% com destaque para agronegócio, e o Norte atingiu 7%, indicando que as conversas de venda começam a chegar a mercados antes pouco explorados.

Em suma, o **consumidor de norte a sul está aderindo às compras por chat**, reduzindo a dependência das capitais do Sudeste. Isso representa um mercado conversacional cada vez mais amplo e distribuído, onde marcas regionais também colhem frutos do WhatsApp.

Comparativo do volume de atendimentos por região

2023	2024	%	
48%	46%	-4	Sudeste
25%	27%	+5	Sul
13%	12%	-3	Nordeste
8%	8%	+4	Centro-Oeste
6%	7%	+9	Norte





A aceleração do uso da **Inteligência Artificial** na operação de vendas

86%

dos empregadores acreditam que a **IA transformará seus negócios** até 2030.

Fonte: Future of Jobs Report 2025, World Economic Forum

No Chat Commerce, essa virada já começou. E os resultados são concretos.



Na NRF 2025, a IA foi destaque: para evoluir a experiência do consumidor é preciso aliar eficiência operacional à humanização da interação. Um não funciona sem o outro.

A chegada da IA apoiando os negócios, seja por meio de copilotos de vendas, ou agentes autônomos, comprova que **é possível replicar empatia, contexto e até tom de voz da marca com precisão e escala.**



Whizz

Mais que IA: vendas com a melhor experiência, escala com resultado.



O Whizz é muito mais do que uma Inteligência Artificial conversacional. **Desenvolvido pela OmniChat para gerar impacto estratégico real**, ele transforma os canais digitais de sua empresa em motores escaláveis de receita ao entregar uma experiência de compra única, fluida e personalizada aos seus clientes, aumentando a satisfação e fidelização à sua marca.

Whizz Copilot

Empodera o seu time de vendas, oferecendo apoio em tempo real por meio de resumos de conversas, transcrição de áudios, sugestões de resposta e muito mais, para aumentar a produtividade no atendimento.

Whizz Agent

Pode te apoiar de 2 formas: como **pré-vendas** na etapa de qualificação, conduzindo conversas iniciais com leads e identificando oportunidades reais de negócio. E como um **vendedor autônomo**, capaz de conduzir 100% das vendas de ponta a ponta; ou servindo como suporte para o time comercial, focando em cerca de 80% do total de vendas da sua empresa, as mais transacionais e simples, e transbordando apenas os casos mais complexos e estratégicos para o time humano, ampliando significativamente sua produtividade e potencializando o retorno sobre investimento.



Tudo isso gerido de forma personalizada e alinhada ao tom de voz da marca, com autonomia total por meio do **Whizz Studio, a fábrica de agentes de IA da Omni-Chat**. Nele, cada cliente pode criar e ajustar seus próprios agentes conforme seus desafios diários, com agilidade e controle total sobre a operação.



Implementar o Whizz resulta em:

- **95%** de redução no tempo de resposta
- **4x** de aumento na capacidade de atendimento
- **30%** de taxa de conversão em vendas
- **46%** de crescimento no ROAS
- **150%** de aumento em conversão influenciada

Além disso, cada interação do Whizz com seus clientes gera insights estratégicos valiosos. Esses dados alimentam decisões mais rápidas e assertivas dos líderes, permitindo antecipar tendências, ajustar estratégias comerciais e aprimorar continuamente a experiência do cliente.

Com o Whizz, você ganha escala real sem precisar aumentar a equipe, mesmo em períodos de pico. O resultado é uma operação mais enxuta, eficiente e lucrativa, que oferece experiências únicas aos seus clientes, aumentando fidelização e consolidando uma vantagem competitiva duradoura.





EM NÚMEROS:

A sulista **Cassol Centerlar**, a quinta maior empresa no mercado de construção e reforma do Brasil, por exemplo, adotou IA conversacional para automatizar demandas simples e liberar seus times humanos para interações mais complexas.

O Whizz entregou **respostas até 500x mais rápidas** que um atendente humano no primeiro nível de atendimento ✓

Absorção de **39% do total das conversas** foram feitas pelo Whizz ✓

70% dos atendimentos feitos pelo Whizz foram resolvidos automaticamente ✓

Redução do tempo de geração de orçamentos complexos, **de 30' para 1 minuto** ✓

Aumentou em 13x a capacidade de atendimento comparado ao vendedor ✓

Redução de 25% na carga de trabalho da equipe ✓





Conversa tem **hora certa?**

Em 2024, constatou-se que o consumidor buscou atendimento principalmente no **início da semana e durante o horário comercial.**

→ Volume de atendimentos por dia da semana

Segunda-feira ✓

lidera o tráfego
(19,5%)

Mais de 72% ✓

dos contatos
ocorrem entre segunda
e quinta-feira

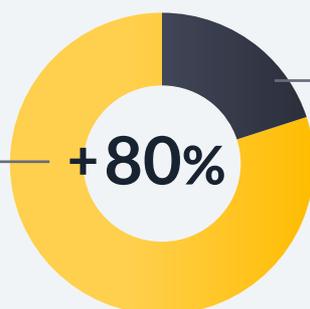
Domingo ✓

registra a maior queda
de volume (-6%)

→ Volume de atendimentos por período do dia

Horário comercial (08h01-18h)

concentra +80% dos
atendimentos



Períodos noturno e madrugada

Tiveram retração (-3% e
-6%, respectivamente)

Essa limitação estrutural revela uma lacuna: muitas operações ainda não estão preparadas para funcionar 24x7, o que impacta negativamente as conversões, satisfação e fidelização.



Será que a operação está ativa quando o consumidor precisa?
Confira os números!



→ Volume de atendimentos por dia da semana

2023	2024	%	
18,60%	19,49%	5	Segunda
18,66%	18,22%	-2	Terça
17,91%	17,41%	-3	Quarta
16,75%	17,38%	4	Quinta
15,78%	15,77%	0	Sexta
7,71%	7,43%	-4	Sábado
4,58%	4,30%	-6	Domingo

Mais de **72% dos contatos acontecem entre segunda e quinta-feira, sendo a segunda-feira o dia com maior volume (19,5%)**, superando todas as outras faixas da semana. Esse comportamento revela uma lógica cada vez mais comum: o consumidor começa a semana resolvendo pendências, sejam elas compras, dúvidas ou problemas do fim de semana.

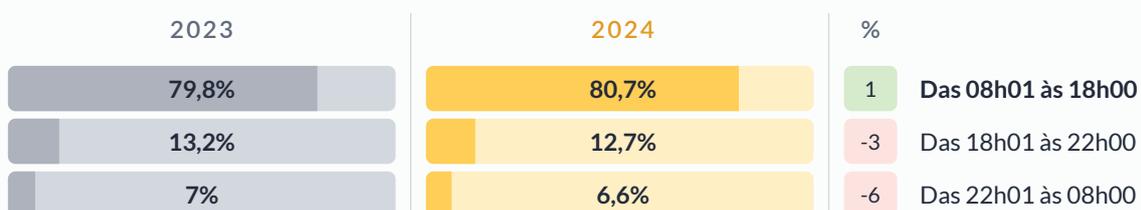
Enquanto isso, os **fins de semana perdem relevância**, com destaque para o **domingo**, que apresentou a maior queda de volume (-6%).

Analisando o volume de atendimentos por período do dia, o comportamento reforça o que os dados da [Meta](#) já vinham apontando: **conveniência é mais que um diferencial, é uma exigência.**



O tradicional horário comercial, entre **08h01 e 18h**, concentra **mais de 80% dos atendimentos**. Já os períodos noturno (**18h01 às 22h**) e madrugada (**22h01 às 08h**) tiveram leve retração em 2024, com **queda de 3% e 6%, respectivamente**.

→ Volume de atendimentos por período do dia



Notou-se que o volume de atendimento fora dos dias e horários comerciais tiveram leve retração, mas isso não indica necessariamente desinteresse do consumidor, mas sim **uma limitação estrutural**.

Grande parte das operações ainda não está preparada para atendimento fora do horário padrão, o que impacta diretamente nas conversões, CSAT e fidelização, especialmente em segmentos onde o consumidor busca agilidade a qualquer hora.





A IA como solução para um atendimento ininterrupto

Imagine seu cliente acessando o WebChat ou mandando uma simples mensagem no WhatsApp com dúvidas sobre produtos, fora do horário comercial... Se o time humano não está disponível, a IA pode, e deve, ocupar esse espaço.

Afinal, o consumidor que inicia uma conversa por chat busca praticidade, facilidade e agilidade no atendimento e é aí que os agentes de IA ganham protagonismo.

Soluções como o **Whizz Agent**, da OmniChat, iniciam o atendimento **em menos de 5 segundos, com a capacidade de lidar com milhares de conversas simultâneas**, mantendo consistência, assertividade e disponibilidade 24 horas por dia, 7 dias por semana.



kappesberg

A **Kappesberg, empresa do sulista Grupo K1, o maior grupo do segmento moveleiro da América Latina**, ilustra bem essa virada de chave. Antes da adoção da IA, a marca enfrentava limitações operacionais e gargalos em horários de maior demanda.

Com a implementação do Whizz, passou a oferecer um atendimento contínuo e inteligente no WhatsApp. Além disso, ao identificar a intenção de compra, o Whizz recomenda produtos, compara modelos e esclarece dúvidas com linguagem natural e empática, como um vendedor especialista, disponível 24x7.

Se necessário, ele conclui a venda no próprio WhatsApp ou direciona para o vendedor mais adequado, seguindo as regras de negócio estabelecidas pela empresa. Quando isso acontece, o **Whizz Copilot** garante que o time de vendas retome a conversa com total contexto, sem fricções e com muito mais agilidade para fechar negócio.



Mais do que desafogar o suporte, a IA passou a atuar também na **qualificação dos atendimentos e vendas**, otimizando o funil e melhorando a experiência do cliente.

kappesberg +  OmniChat

EM NÚMEROS:

150% de aumento na conversão influenciada em apenas 30 dias

32% dos atendimentos comerciais realizados por IA com o Whizz Agent

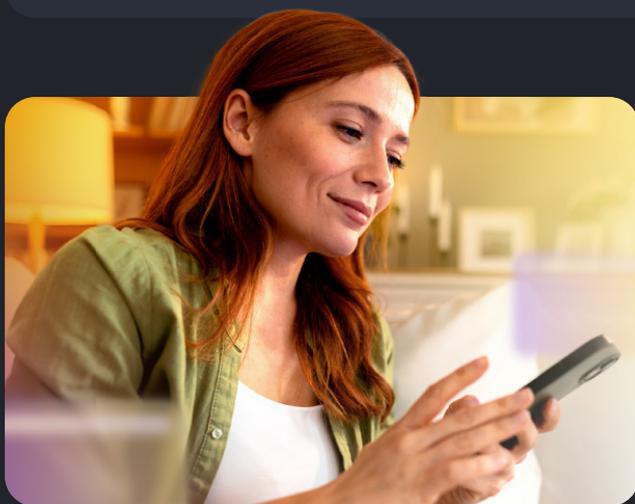


“

Igor Brunetto

Supervisor de atendimento e SAC da Kappesberg

Com a OmniChat, conseguimos ampliar nosso horário de atendimento e automatizar boa parte das interações, mantendo a experiência personalizada. O Whizz atua como um verdadeiro vendedor digital, e o Copilot dá velocidade ao nosso time comercial.”



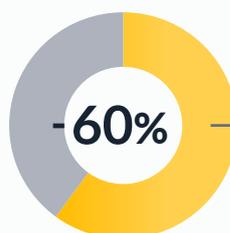
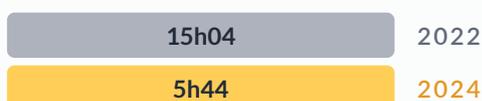
A inteligência artificial vai além de ser um recurso secundário de atuação fora do horário comercial — ela representa um novo modelo de operação para empresas que desejam alcançar escala, eficiência e oferecer uma experiência contínua.



Tempo importa. E o consumidor sente quando ele é desperdiçado.

Se 2024 foi o ano da consolidação do canal conversacional como motor de vendas, também marcou a ascensão do **tempo como diferencial competitivo**. E os dados falam alto: **o Tempo Médio de Espera (TME) caiu significativamente pelo terceiro ano consecutivo.**

→ TME (Tempo Médio de Espera)



Redução de 60%
em dois anos;
-30% apenas entre
2023 e 2024.

A espera geral por atendimento caiu de **15h04 (2022) para 5h44 (2024)** — uma redução de **mais de 60% em dois anos**. É um sinal claro de que os investimentos em automação, inteligência artificial e orquestração de times deram resultado.





O consumidor está mais exigente (e mais impaciente)



Apesar do ganho no TME, o índice médio de satisfação (CSAT) caiu de 4,44 em 2023 para **4,05 em 2024, uma queda de 9%**. Esse dado mostra que, mesmo com processos mais ágeis, o consumidor continua elevando as expectativas.

Hoje, ao esperar mais de cinco minutos por uma resposta, a chance de conversão cai significativamente. **Segundo a HubSpot, 78% dos consumidores compram da empresa que responde primeiro.**

Isso revela uma nova exigência: não basta ser rápido, é preciso ser resolutivo, empático e fluido, mesmo diante de grandes volumes.



Analisando a satisfação dos clientes por segmento, temos o setor de Pet Shop apresentando o maior CSAT em 2024, porém com um decréscimo em comparação ao ano anterior. E o menor vindo do segmento de Moda e Beleza, porém com um acréscimo comparado a 2023:

→ CSAT por segmento

2023	2024	SEGMENTO
81,13%	83%	Beleza e Perfumaria
97,3%	96,71%	Pet Shop
93,15%	95,59%	Bancos e Serviços Financeiros
95,1%	94,97%	Hospedagem e Alimentação
90,96%	94,88%	Livraria e Papelaria
94,7%	94,14%	Atacados e Distribuidoras
93,88%	93,47%	Outras Indústrias
90,32%	93,07%	Administração Pública
90,04%	92,77%	Serviços Locais
93,21%	92,1%	Telefonia, Energia, Gás e Esgoto

A boa notícia? **Já existem caminhos para reverter esse gap.** Soluções de agentes de IA, como o **Whizz**, mostram que é possível escalar o atendimento mantendo excelência e personalização, sem comprometer a experiência.



CASE

A era das vendas por IA no Grupo Veste



No Grupo Veste, referência no varejo de moda de alto padrão, com 176 lojas próprias e detentora de marcas renomadas como John John, Individual, Le Lis Blanc, Bo.Bô e Dudalina, essa revolução digital aconteceu recentemente, por meio da implementação do **Whizz, o agente autônomo de vendas da OmniChat**, que opera no WhatsApp, oferecendo suporte ilimitado, 24x7 e impactando diretamente nos resultados de conversão.

→ **Veste SA Estilo:** transformando interações em vendas reais no WhatsApp

A **Veste SA Estilo**, um dos maiores varejistas de moda de alto padrão do Brasil, encontrou na **OmniChat** uma solução estratégica para aumentar seu faturamento através da **recuperação automática de carrinhos abandonados**.

As marcas do grupo, como **John John** e **Individual**, que tradicionalmente utilizavam e-mail para tentar recuperar esses pedidos, perceberam que o **WhatsApp** potencializava significativamente os resultados: taxas de abertura mais altas e conversões muito mais expressivas.

A estratégia foi baseada em campanhas recorrentes e personalizadas, disparadas automaticamente pelo WhatsApp, utilizando lembretes sobre os produtos deixados no carrinho, ofertas exclusivas e atendimento instantâneo.

E os resultados falam por si:



V E S T E +  OmniChat

EM NÚMEROS:

- **Aumento em 200% a satisfação dos clientes**, por meio de suporte contínuo e recomendações precisas de produtos;
- Atender e vender no WhatsApp de **forma 100% autônoma**, com o agente de inteligência artificial Whizz, nas marcas John John e Individual.
- **Escalar o atendimento em 40%** sem aumentar a equipe, garantindo respostas imediatas e personalizadas para cada cliente
- **Conversão de 29% e 26%** respectivamente nas marcas Individual e John John
- **Redução de 20%** na carga de atendimento humano, por meio de atendimento via bots, na marca Dudalina
- Estratégia de carrinhos abandonados para recuperação de vendas gerando **ROAS entre 199 e 150x** para a marca John John, e **230x** para a marca Individual



“ Risoneide Silva

Gestora de operações e relacionamento com o cliente do Grupo Veste

O WhatsApp sempre foi um canal muito valioso para nós, e hoje a IA é a minha vendedora principal. O Whizz tem o calor humano, o tom da voz, a forma de se comunicar da marca e isso foi essencial para aumentar a satisfação dos nossos clientes e automaticamente vender mais.



CAPÍTULO 2

Marketing Conversacional: da conexão à conversão

Não restam dúvidas: **os canais de chat deixaram de ser apenas suporte para se tornarem protagonistas na jornada de compra.** Mas essa transformação não acontece por acaso, ela exige **estratégia, clareza de objetivos e um novo olhar** sobre como nos comunicamos com o cliente.

Em outras palavras, fazer o chat commerce dar certo vai muito além de “estar no WhatsApp”. É preciso *planejar jornadas conversacionais* que guiem o cliente do interesse inicial até a compra, passo a passo, com mensagens relevantes no momento certo.

Jornada bem desenhada vende mais e, segundo estudos da Meta, as jornadas de mensageria de alta performance se apoiam em três pilares essenciais:





01

Ponto de entrada (e reentrada):

O momento em que o consumidor inicia ou retoma contato, vindo de um anúncio (Click to WhatsApp), QR code, e-mail, site ou outro canal. Aqui define-se o contexto inicial. Por exemplo, um cliente clica em um anúncio de promoção e cai direto no WhatsApp da marca. Esse ponto de entrada qualificado aumenta a chance de engajamento.

02

Experiência *in-thread* (dentro da conversa):

A sequência de mensagens que entrega valor, esclarece dúvidas e impulsiona a decisão de compra. É o roteiro interativo: pode incluir apresentação de catálogo, respostas a perguntas frequentes, depoimentos, cupons, tudo dentro do chat. Essa experiência **fluida e relevante**, se bem conduzida, mantém o cliente engajado e confiante para seguir adiante.

03

Ponto de conversão:

O desfecho desejado: finalizar a compra, assinar um serviço, agendar um horário, etc. Toda jornada deve levar a um call-to-action claro. No chat, isso pode ser um link de pagamento enviado no momento certo ou a coleta dos dados para concluir o pedido.

Esses três fatores permitem criar uma comunicação mais fluida e personalizada em todos os momentos, da **descoberta ao pós-venda**.

Cada mensagem tem um papel específico na construção da venda. Porém, entre tantos canais possíveis de marketing, qual oferece hoje maior proximidade, atenção e poder de influência? **A resposta está no app que o brasileiro mais usa diariamente: o WhatsApp.**



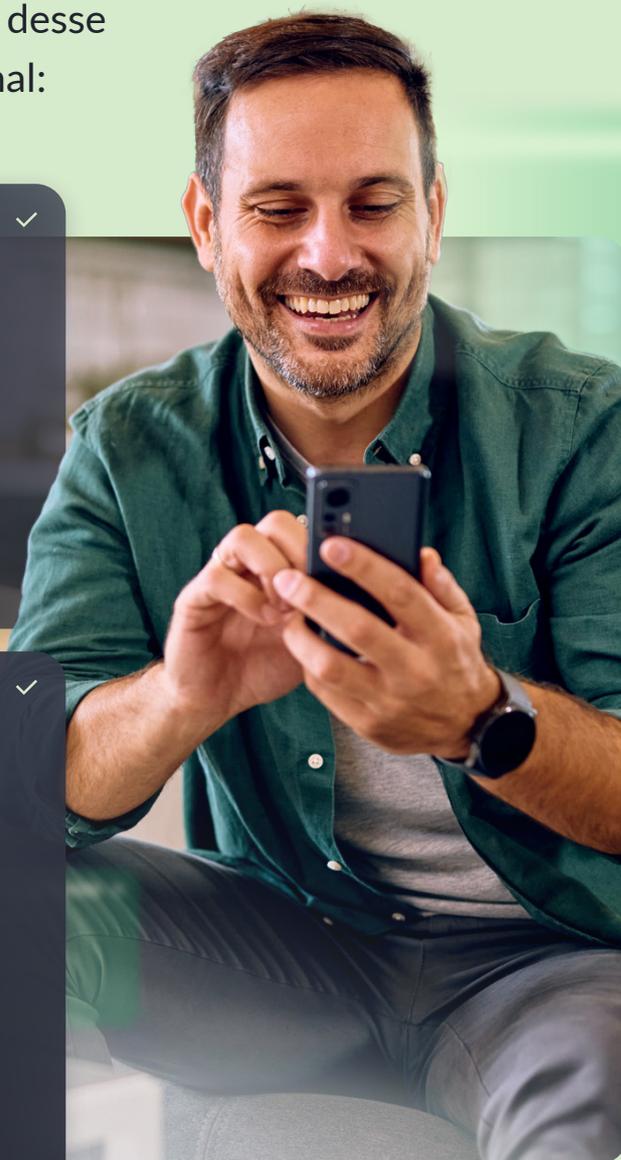
Os números deixam claro o peso desse canal no marketing conversacional:

O WhatsApp conta com **2 bilhões de usuários ativos no mundo e 180 países** atendidos. No Brasil ele está virtualmente em **todos os smartphones (99%)**.

Fonte: Dados internos do WhatsApp, abril de 2021

Aproximadamente **175 milhões de pessoas interagem com uma conta empresarial do WhatsApp diariamente** – um indicativo de como conversar com marcas pelo app já é rotina.

Fonte: Panorama Mobile Time - Messaging in Brazil Research (janeiro de 2023)



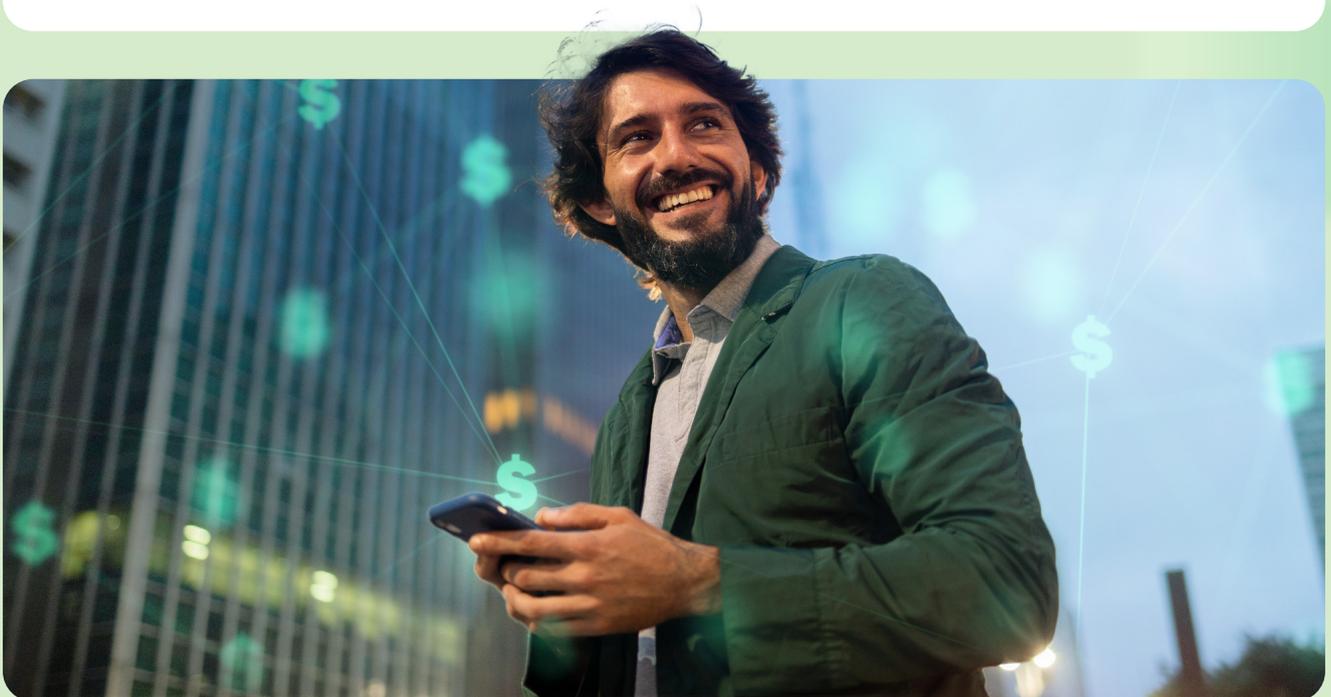
Comparativamente, o engajamento via mensageria supera em muito canais tradicionais: mensagens no WhatsApp alcançam taxas de leitura em torno de 70-90%, muito acima do e-mail marketing (geralmente <20% de abertura). Um estudo recente apontou que a **taxa de leitura de mensagens no WhatsApp Business chega a 57% em poucos minutos**, enquanto emails podem ficar horas ou dias sem ser lidos. Ou seja, no WhatsApp a atenção do cliente é imediata.

Fonte: Kantar, 2023



→ Confira o top 10 segmentos com GMV influenciado pelo WhatsApp na OmniChat

SEGMENTO	% INFLUENCIADO DO GMV TOTAL
Jóias e Acessórios	28,52%
Indústria de Bens de Consumo	17,96%
Materiais de Construção	15,32%
Móveis e Decoração	14,53%
Calçados	12,70%
Artigos Esportivos	12,35%
Educação	11,81%
Pet Shop	11,58%
Vestuário	10,66%
Beleza e Perfumaria	7,19%





Mensagens de marketing em ação

Em 2024, empresas de diversos setores dispararam campanhas de WhatsApp para engajamento ativo. Segmentos como **Educacional** enviaram **mais de 36 milhões de mensagens** no ano (+~176% vs 2023), seguidos por Moda/Vestuário com ~7,2 milhões e Materiais de Construção com ~3,3 milhões (ambos crescendo ~85 e 208% vs ano anterior).

Mensagens de Marketing	2023	2024	%
Educação	13.274.705	36.677.325	176,29
Vestuário	3.884.745	7.192.855	85,16
Materiais de Construção	1.088.711	3.362.830	208,88
Artigos Esportivos	1.083.059	2.892.876	167,10
Eletrônicos	864.090	1.441.731	66,85
Indústria de Bens de Consumo	210.087	1.438.383	584,66
Outras Indústrias	227.015	1.420.613	525,78
Móveis e Decoração	550.245	1.378.162	150,46
Atacados e Distribuidoras	510.654	1.196.292	134,27
Entretenimento e Lazer	240.204	1.092.056	354,64
Calçados	362.733	736.169	102,95
Bolsas e Acessórios	11.859	39.251	230,98



Campanhas no WhatsApp convertem mais que os canais tradicionais

As campanhas de marketing disparadas via WhatsApp vem assumindo um papel fundamental nas estratégias de negócios no último ano, pois ele não apenas conecta marca e cliente, mas **transforma conversas em conversões** e posiciona o chat como um canal de valor, não só de volume.

Toda essa evolução não é apenas perceptível, ela é mensurável. Em 2024, as marcas alcançaram até **27% de conversão no WhatsApp**.

→ Conversão de campanhas 2024



Além disso, o comércio conversacional vai muito além de campanhas de atração ou remarketing. Um exemplo prático disso é a aplicação da recuperação automática de PIX, solução que transforma uma das principais fricções do e-commerce brasileiro, os pedidos não pagos, em uma oportunidade de conversão e aumento de receita.

Ao contrário do marketing massivo, que fala para muitos e converte pouco, as mensagens de WhatsApp e outros

canais de mensageria permitem uma abordagem individual, personalizada e contextualizada, respeitando a jornada e o momento de cada consumidor.

Um exemplo prático dessa transformação é a ASICS Brasil, uma das marcas esportivas mais respeitadas do mundo, que encontrou no WhatsApp não apenas um canal de suporte, mas um motor de vendas e fidelização.



CASE

Como a ASICS transformou o WhatsApp em sua **maior loja**



Na ASICS, o WhatsApp deixou de ser apenas um canal de suporte para se tornar o centro de uma operação digital fluida, integrada e **altamente performática**.

A marca esportiva estruturou um ecossistema completo dentro do app, conectando catálogo, estoque e pagamentos em uma jornada contínua — do clique à conversão. Tudo isso com atendimento consultivo, campanhas automatizadas e suporte inteligente em cada ponto da jornada.

Essa transformação posicionou o WhatsApp como a principal loja da ASICS, superando outros canais em volume de vendas e fidelização. A estratégia uniu eficiência operacional e experiência do consumidor, com resultados expressivos já nos primeiros meses de operação.

O resultado foi um aumento tão significativo nas vendas pelo aplicativo que o canal superou, individualmente, qualquer outro ponto de venda da marca. Em outras palavras, o melhor vendedor da empresa agora é um chat.



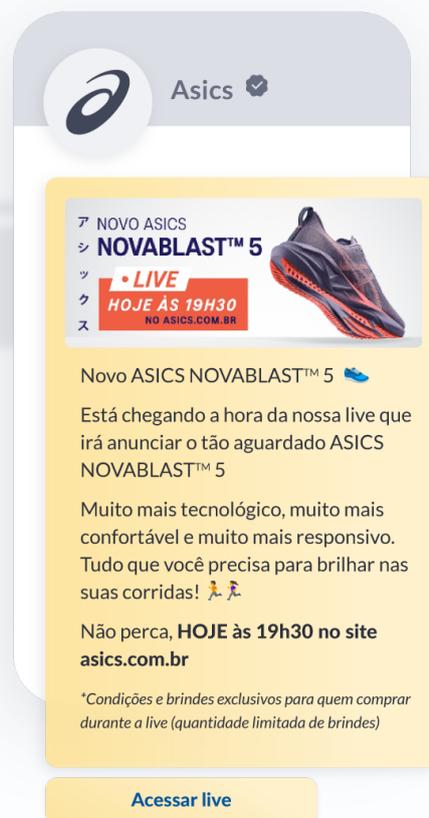
“ **Gustavo Salomoni dos Reis**
Senior Digital Manager da ASICS

Hoje, o whatsapp é nossa maior loja, só que conversacional.



EM NÚMEROS:

- WhatsApp é o canal digital com maior taxa de conversão da marca, representando mais de **60% das vendas omnichannel**
- **Conversão 4x maior** do que o e-commerce tradicional
- Ticket médio **2x maior**
- Cerca de 30% dos clientes **voltam a comprar**
- Redução no tempo de resposta com IA: de **4h para 11 minutos**



Com o apoio da OmniChat, a marca estruturou um ecossistema completo no app, integrando marketing, vendas e atendimento em uma única e fluida experiência para o consumidor.

→ Entre as principais iniciativas da ASICS no WhatsApp estão:



Campanhas de cashback personalizadas, integradas ao CRM, que impulsionaram a adesão a programas de fidelidade e aumentaram a taxa de recompra.



Campanhas sazonais de alta performance, como Black Friday e liquidação, com fluxos segmentados, que atingiram taxas de abertura e conversão superiores aos canais tradicionais.



Recuperação de carrinho abandonado, com fluxos de mensagens automatizadas e personalizadas, que **aumentaram em +200% a recuperação** em comparação aos resultados anteriores com campanhas de e-mail, logo no primeiro mês de implementação.



Atração e remarketing com WhatsApp: ASICS e a collab Ayrton Senna

Além das campanhas recorrentes de vendas e recuperação, a **ASICS** consolidou o WhatsApp como um **canal estratégico para ações de atração e remarketing**, especialmente em lançamentos exclusivos, como a colaboração comemorativa pelos 30 anos de legado de Ayrton Senna.



Com duas edições limitadas do tênis [GEL-KAYANO 14](#), a ASICS implementou uma estratégia focada em **ativar e reengajar** a base de consumidores que já haviam demonstrado interesse em coleções anteriores.

Entre as principais ações implementadas:



O resultado:

- ✓ **Campanhas segmentadas**, com foco em cashback, lançamentos e recuperação de carrinhos abandonados.
- ✓ **Automação e escalabilidade via IA**, utilizando o Whizz Agent para atendimento 24/7 e o Whizz Copilot para potencializar as conversões e a produtividade dos vendedores.
- ✓ **Integração completa** entre WhatsApp, sistemas de estoque e CRM, garantindo uma jornada fluida e consistente para o consumidor.

68%

em taxas de abertura e engajamento

CONVERSÃO MÉDIA DE

15,9%

ROAS DE

32X

Esse exemplo mostra como **uma campanha com uma jornada bem estruturada** consegue não apenas resgatar consumidores inativos, mas também **potencializar o sucesso de lançamentos**.



WhatsApp + IA: o match perfeito para encantar em escala

Com a **Inteligência Artificial**, é possível mapear padrões de comportamento, identificar pontos críticos de conversão e automatizar interações, com alta precisão e contexto.



Agentes de IA, como o **Whizz Agent e Whizz Copilot da OmniChat**, conduzem conversas com relevância, personalização e escala, otimizando o que pode ser automatizado, mas sem perder o toque humano essencial.

Segundo o relatório da Google Cloud, os líderes que adotam IA para orquestrar jornadas omnichannel já colhem ganhos significativos em produtividade, redução de CAC e aumento da conversão.



CASE

OFF Premium: como a IA converteu conversas em vendas com sofisticação e escala

A **OFF Premium**, marca do Grupo **SOMA** voltada à moda premium com forte apelo estético e atendimento personalizado, viu no WhatsApp uma oportunidade de escalar sem abrir mão do cuidado que sempre definiu sua relação com o cliente.

Com apoio da OmniChat, a marca criou a Jaque, sua vendedora digital oficial: uma agente de IA treinada com o Whizz Agent para atender com consultoria, sofisticação e agilidade – 24/7.

A Jaque assumiu 100% das conversas no WhatsApp, conduzindo jornadas completas com recomendações por imagem, campanhas de carrinho abandonado e suporte automatizado, mas com empatia e fluidez.

→ Impacto nos primeiros cinco meses de operação (jan–mai 2025):

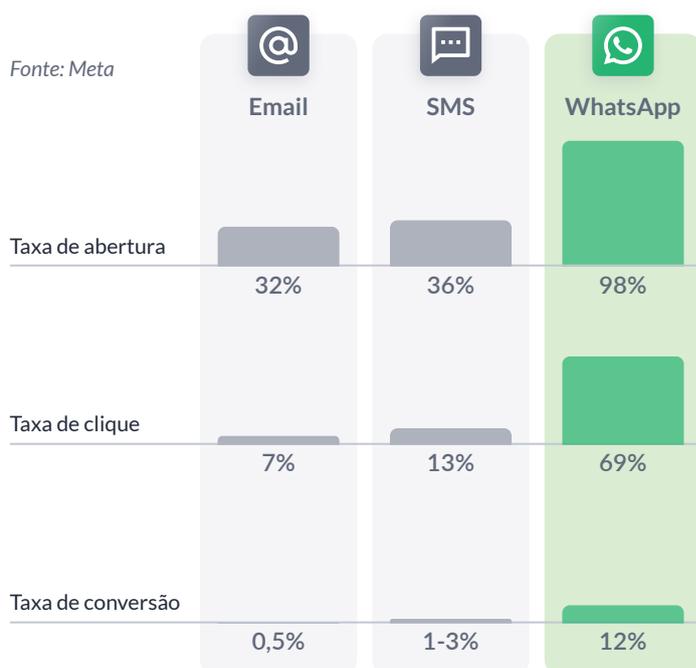
- **12,2%** de taxa de conversão
- **ROAS de 195x** nas campanhas
- **Aumento de 21%** de ticket médio no WhatsApp em relação ao e-commerce
- Campanha de carrinho abandonado com **share de 17% no mês**





Engajamento de milhões: a mensagem certa muda tudo

O volume de disparos de mensagens de marketing aumentou **159%** em 2024. Com a abertura de 98%, e a interação em 69% (fonte: Meta), fica claro que o engajamento do consumidor não para na leitura da mensagem. Ele evolui para a construção de relacionamento e continuidade da jornada de compra.



Alguns dos segmentos que mais investem em campanhas no WhatsApp

01. Educação
02. Vestuário
03. Materiais de Construção
04. Artigos Esportivos
05. Eletroeletrônicos
06. Móveis e Decoração
07. Calçados
08. Joias e Acessórios
09. Beleza e Perfumaria
10. Brinquedos

Mas o engajamento, por si só, não sustenta uma estratégia é preciso que ela se traduza em resultado. É aqui que o marketing conversacional mostra sua força mais uma vez, com **alto retorno sobre o investimento**.



ROAS: WhatsApp como multiplicador de resultados

De acordo com estudo realizado pela Meta em parceria com o Boston Consulting Group (BCG) em 2024*, as empresas que adotam **estratégias de mensagens conversacionais** relataram um aumento de até **3,5 vezes no ROAS** em comparação com canais tradicionais. Na OmniChat o **ROAS médio das campanhas de mensagens de marketing atinge 27x**.

Isso significa que, para cada real investido, as marcas tiveram R\$27 de retorno direto, um crescimento de **236%** em relação a 2022, e um avanço consistente sobre os 25x de 2023.

→ ROAS médio geral das campanhas

ANO	ROAS médio
2024	27x
2023	25x
2022	7x

Como calcular o ROAS:

$$\text{ROAS} = \frac{\text{Valor total de vendas (diretas e influenciadas)}}{\text{Custo total da campanha}} \times 100$$

Esse resultado deixa claro que estamos diante de um dos canais mais rentáveis e eficientes do marketing digital atual.

Quando bem planejadas, as campanhas via WhatsApp deixam de ser notificações cotidianas e se tornam experiências. Elas capturam a atenção, geram valor imediato e convertem.

*Fonte: Pesquisa BCG & Meta sobre business messaging (Brasil, maio de 2024).



Ticket médio: desafios e oportunidades à vista

O ticket médio no e-commerce em 2024 girou em torno de R\$ 492,40, segundo dados da [Associação Brasileira de Comércio Eletrônico](#). O ticket dos canais conversacionais, por sua vez, andou paralelo às compras diretas no e-commerce, sem muitas diferenças. Confira os principais segmentos que se destacaram vendendo pelo WhatsApp:

SEGMENTO	TICKET MÉDIO
Bolsas, Joias e Acessórios	R\$ 564,42
Beleza e Perfumaria	R\$ 458,37
Brinquedos	R\$ 309,59
Eletrônicos	R\$ 1.915,66
Moda e Vestuário	R\$ 471,31
Móveis e Decoração	R\$ 1.255,57
Pet Shop	R\$ 298,72

Saiba como calcular o Ticket Médio a partir do número de vendas:

$$\text{Ticket Médio} = \frac{\text{Faturamento total do período}}{\text{Custo total da campanha}}$$





Como capturar esse potencial e impulsionar o ticket médio



Testes A/B com produtos de maior valor agregado, para avaliar aceitação e potencial de conversão no ambiente conversacional.



IA consultiva, recomendando produtos complementares de forma personalizada, utilizando insights de comportamento e histórico de compra.



Ofertas dinâmicas e segmentadas, ajustadas por perfil de consumo, aumentando a relevância e o valor percebido em cada interação.



Fluxos automatizados de cross-sell e upsell, especialmente após a primeira conversão, ampliando o ticket médio com recomendações proativas.

→ **Destaque positivo:** recuperação de carrinho e aumento expressivo do ticket

Já nas campanhas de **recuperação de carrinho abandonado**, o efeito é oposto e bastante promissor: **o ticket médio alcançou R\$ 557,67**, um salto de **432% em relação ao valor anterior**. Esse dado reforça o papel estratégico do WhatsApp na reativação de vendas qualificadas, especialmente em momentos decisivos da jornada de compra.



Por falar em carrinho abandonado...



Se existe uma dor comum a praticamente todo e-commerce, é o abandono de carrinho. Mais de **70% das compras iniciadas no digital não são finalizadas**, gerando um impacto estimado de **R\$ 164 bilhões em perdas anuais no Brasil**. Mas onde há perda, há também uma enorme oportunidade de recuperação, especialmente quando se une o canal certo com a tecnologia adequada.

Em 2024, as **campanhas da OmniChat focadas exclusivamente na recuperação de carrinhos via WhatsApp atingiram um ROAS médio de 246x**, um crescimento de 15% sobre o ano anterior.

Esses resultados tornam esse tipo de campanha não só recorrente, mas estratégica dentro das operações de nossos clientes. E com razão, pois tratam-se das ações com as **maiores taxas de conversão e retorno financeiro direto**.

 nome@empresa.com



 alguns e-mails não foram enviados

10%

de conversão média
no e-mail marketing

Fonte: Dinamize



Olá, Maria! Ví que você deixou alguns produtos no carrinho de compras. Precisa de ajuda pra finalizar a compra?

Sim

Não

14%

de conversão média
no WhatsApp

Fonte: Chat Commerce Report



Da dor clássica à maior oportunidade do varejo com IA conversacional

As campanhas de recuperação de carrinho no WhatsApp, **especialmente quando impulsionadas por inteligência artificial, estão entre as que apresentam maior eficiência** entre todas as frentes do marketing conversacional.

Esse movimento está em linha direta com uma das principais tendências destacadas na NRF 2025: a *“personalização invisível”*. Os consumidores esperam experiências fluídas, contextuais e com pouca fricção, exatamente o que o WhatsApp, combinado à IA, oferece ao **engajar o cliente no momento exato em que a decisão está prestes a ser perdida**.

→ As campanhas de carrinho abandonado com o **Whizz Agent, o agente de IA da OmniChat**, permitem:

- **Atendimento instantâneo via IA** para tirar dúvidas e reduzir objeções;
- **Disparar mensagens personalizadas** com base no histórico e nas preferências do usuário;
- Oferecer recomendações, esclarecer dúvidas e até sugerir produtos com maior valor agregado (upsell) **em tempo real**;
- Conduzir o consumidor de volta ao checkout com fluidez e eficiência, **sem intervenção humana**.





Recuperação de carrinho abandonado 3.0



@ 1.0

Recuperação de carrinho abandonado

Durante anos, a recuperação de carrinhos do e-commerce foi conduzida por estratégias manuais, por meio de e-mails genéricos ou ligações telefônicas, com baixa escalabilidade e conversões limitadas. Essa fase marcou o início da **recuperação 1.0**, dependente de esforço humano, alto custo e pouco impacto.

WhatsApp 2.0

Recuperação de carrinho abandonado

Com a automação via WhatsApp, avançamos para a **recuperação 2.0**, marcada pela entrada dos primeiros chatbots. Apesar de trazer mais agilidade, ainda operava com **mensagens padronizadas e interação engessada**, limitando o poder de personalização.

Whizz da OmniChat 3.0

Recuperação de carrinho abandonado

Agora, com a chegada de agentes de IA como o **Whizz da OmniChat**, entramos na era da **recuperação 3.0**, uma abordagem 100% automatizada e altamente adaptável. Marcas como a **Hering**, por exemplo, viram seu ROAS saltar após implementar o Whizz.



Evolução da **recuperação de carrinhos** na Hering com a OmniChat

O [case da Cia Hering](#), uma das maiores marcas de moda do Brasil, representa de forma clara e concreta a **trajetória evolutiva da recuperação de carrinhos abandonados**, ilustrando as principais mudanças que ocorreram no varejo digital nos últimos anos.

→ A empresa passou por todas as fases desse processo:

De um modelo inicial, manual e custoso, com ações de baixo alcance e impacto para uma automação via WhatsApp, que trouxe mais agilidade, mas ainda limitada pela padronização e personalização das mensagens, até alcançar o estágio mais avançado com o uso do Whizz, com uma estratégia totalmente automatizada, personalizada e escalável

Esse percurso não apenas otimizou a operação e reduziu custos, mas também **gerou um impacto expressivo em termos de conversão e rentabilidade**. Sem o Agente de IA, +47% dos clientes impactados pela campanha não seriam atendidos.

Recuperação 1.0

Estratégia manual, com ligações telefônicas e e-mail como último recurso. Processos caros, lentos e com baixa efetividade.

2%

Recuperação 2.0

Automação via WhatsApp com mensagens padronizadas e fluxos básicos. Aumento de agilidade, mas ainda com limitações de personalização.

14%

Recuperação 3.0

Automação inteligente com IA: Whizz da OmniChat. Estratégia ativa, personalizada e escalável, potencializando resultados.

20%



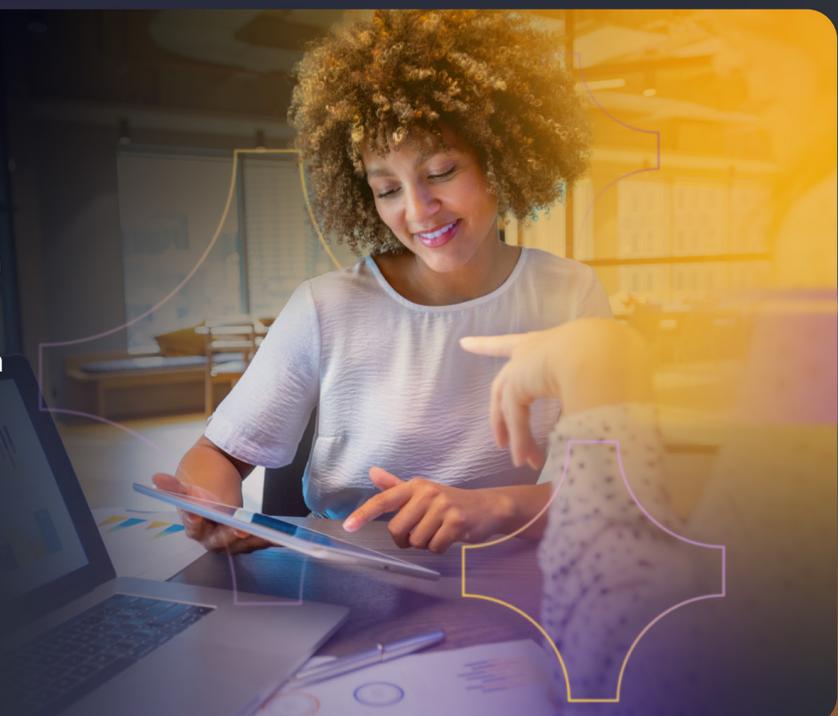
CAPÍTULO 3

Gestão e eficiência para conversas que vendem

A **Inteligência Artificial** assumiu um papel importante nas vendas por chat, acelerando respostas, multiplicando atendimentos simultâneos e elevando a produtividade a patamares inéditos.

Segundo o relatório da McKinsey, **mais de 65% das empresas que adotaram IA generativa já reportam aumento na receita** ou redução de custos operacionais, especialmente em áreas como **marketing, atendimento e vendas**.

Para os líderes de marketing e vendas, essa tendência exige uma revisão estratégica: adaptar o funil comercial a uma lógica conversacional, priorizando conversas naturais, disponibilidade imediata e decisões informadas por dados.



+65%

das empresas que adotaram IA generativa já reportam aumento na receita

Fonte: McKinsey



O potencial inexplorado dos **canais de chat**



O que antes era apenas um canal de suporte, hoje é um **espaço ativo de negociação**, recomendação e fechamento de pedidos.

O chat, especialmente em plataformas como o WhatsApp, deixou de ser um meio complementar para assumir o protagonismo nas estratégias comerciais digitais, **com papel decisivo na conversão de receita**.

Essa transformação é reforçada por projeções do [Gartner](#), que indicam que até 2026 cerca de **80% das interações entre marcas e consumidores ocorrerão em canais digitais com algum nível de automação baseada em IA**. O futuro do relacionamento comercial será, em grande parte, conversacional, automatizado e orientado por dados.

É nesse ponto que a inteligência artificial e a jornada conversacional passam a ser **diferenciais reais de competitividade**. Empresas que conseguirem combinar **velocidade, personalização e contexto em escala**, estarão melhor posicionadas para transformar o potencial dos chats em resultado concreto.



E os números já apontam para esse cenário promissor. Em 2024, a taxa média de conversão nos canais de chat foi de **12,5%**, mantendo o alto desempenho registrado no ano anterior.

Mesmo assim, ele já supera, por larga margem, a conversão média do e-commerce tradicional, que gira em torno de **1,65%** segundo dados da Experian Hitwise. **Isso representa um desempenho superior em mais de 7 vezes.**



Agora, imagine o que pode ser alcançado com jornadas conversacionais realmente inteligentes, orientadas por IA generativa e dados em tempo real.



Os números falam por si, mas não param por aí...

→ Ranking de setores que mais convertem no Chat Commerce (%)

SEGMENTO	2023	2024	%
Pet Shop	18,76%	19,74%	5,22
Farmácias e Suplementos	10,38%	19,35%	86,42
Vestuário	19,04%	19,17%	0,71
Beleza e Perfumaria	11,76%	15,05%	28
Jóias e Acessórios	17,1%	14,79%	-13,49
Livraria e Papelaria	24,27%	13,68%	-43,63
Artigos Esportivos	6,76%	12,8%	89,49
Calçados	14,24%	12,68%	-10,92
Móveis e Decoração	7,55%	8,34%	10,48
Brinquedos	9,01%	8,27%	-8,18

Agora, o desafio não é mais provar a eficácia do canal, mas sim **potencializar seus resultados**. Combinando IA, contexto e automação, as marcas têm a chance de evoluir da simples resposta transacional para jornadas que encantam, fidelizam e convertem em escala. O canal já é eficaz. O próximo passo é torná-lo extraordinário.



Transforme seu time de vendas com o poder de um Copilot de IA 10x mais produtivo



Num mercado em constante movimento, onde cada minuto conta, ter um parceiro estratégico faz toda a diferença. É exatamente esse o papel do Copilot: um aliado inteligente que trabalha lado a lado com sua equipe de vendas para acelerar negociações, antecipar necessidades e transformar dados em decisões certas.

Ao unir automação, inteligência contextual e insights em tempo real, o **Whizz Copilot da OmniChat** não substitui o vendedor, ele multiplica sua performance. De acordo com a [Accenture](#), a IA deve ser vista como uma copilota da criatividade e da execução. E é isso que o Whizz faz: tira o peso das tarefas operacionais e libera o vendedor para focar no que realmente importa: criar relações, gerar confiança e fechar vendas.

O **Whizz Copilot** entrega uma visão completa de cada cliente, considerando histórico de interações, interesses e comportamentos. Tudo isso para garantir mais assertividade em cada conversa.



Entre suas principais funcionalidades, destacam-se:

- **Automatização de tarefas repetitivas** (ex.: preenchimento de CRM, follow-ups iniciais);
- **Transcrição de áudios**, inclusive em idiomas diferentes (facilitando o dia a dia do vendedor);
- **Sugestão de produtos** com base no perfil e histórico do cliente;
- Geração de **resumos instantâneos de conversas** (recapitulando pontos-chave automaticamente);
- **Localização de produtos por imagens** (reconhece fotos enviadas pelo cliente e busca itens correspondentes);
- **Revisão e ajuste de mensagens** antes do envio (garante comunicação correta e alinhada ao tom);
- **Indicação da melhor resposta** para cada situação (sugestões contextuais de abordagem);
- Apoio na **superação de objeções** (recomenda argumentos e informação para contornar recusas).



Na prática, essa inteligência operacional se traduz em mais agilidade no atendimento, maior taxa de resolução já no primeiro contato e uma experiência de compra muito mais fluida e personalizada. Seu time pronto para **vender mais, com menos esforço, e muito mais resultado.**

75%

Redução no TMR

Tempo médio de resposta

de 03:32 minutos para 00:53 segundos



Melhora no CSAT

Customer Satisfaction Score

De uma média de 3,68 para 4,42

Fonte: Dado interno - Cliente do segmento educacional com o Whizz Copilot.



IA na linha de frente: a revolução silenciosa que está transformando sua pré-venda

Todo processo de vendas começa com um filtro essencial: a qualificação. É nessa etapa que se identifica quem realmente tem fit com a solução. Mas quando o volume de contatos cresce, e o tempo para agir encurta, é preciso ir além dos métodos tradicionais.

Foi com esse desafio em mente que a **OmniChat desenvolveu o Whizz Agent SDR, um agente inteligente de IA** que atua como um pré-vendas digital nos canais conversacionais, cuidando da pré-venda com agilidade, escala e precisão.

Funciona como uma verdadeira extensão do time comercial: sempre disponível, sempre conectado. O Whizz Agent não apenas responde, mas compreende o contexto, conduz conversas com fluidez e prepara o terreno para que o vendedor humano entre no momento certo, com tudo em mãos.

→ O que ele faz por você:

-  Qualifica leads automaticamente, direcionando os melhores para o time de vendas;
-  Executa o roteiro de abordagem com consistência e inteligência;
-  Identifica as dores, interesses e intenções de compra com base no que o cliente realmente diz;
-  Esclarece dúvidas sobre produtos, serviços e condições comerciais;
-  E o melhor: atende 24 horas por dia, 7 dias por semana, sem pausas, garantindo que nenhum lead espere pelo próximo dia para ser atendido.

O resultado?

Um funil de vendas mais limpo, com oportunidades reais, e um time de vendas focado no que mais importa: fechar negócios com quem está pronto para comprar.



Escale seu Time de Vendas com Agentes Autônomos

Depois que o lead é qualificado, começa a fase mais decisiva da jornada: a compra. É quando o cliente já fez sua pesquisa, comparou opções, tirou dúvidas e está pronto para dizer “sim”. Nesse momento, cada detalhe importa, e o papel da marca é garantir uma experiência sem atritos, que passe confiança e leve o cliente direto à conversão.

Ofertas claras, senso de urgência, provas sociais e um atendimento ágil são peças fundamentais nessa etapa. Quanto mais personalizada e fluida for a jornada, maiores as chances de fechar o negócio.

É aí que entra a tecnologia. Mais do que uma automação, a **Inteligência Artificial pode ser sua aliada estratégica para acelerar conversas, eliminar barreiras e criar conexões reais, em tempo real**. Quando bem aplicada, ela não apenas ajuda a vender mais, mas também eleva a experiência de compra e fortalece a relação do cliente com a sua marca.

→ Imagine contar com um “vendedor” que:



Trabalha 24 horas por dia, 7 dias por semana, sem pausas ou folgas;



Tem capacidade infinita de atendimento e vendas, atendendo milhares de clientes ao mesmo tempo;



Não exige regras complexas nem fluxos engessados;



Entende o cliente e responde com autonomia;



Sugere produtos e faz upsell/cross-sell com inteligência;



Auxilia na fidelização por meio de conhecimento profundo das preferências e desejos dos seus clientes;



E ainda encanta com um atendimento rápido, personalizado e eficiente.



Esse vendedor existe. É o **Whizz Agent**, o agente autônomo de IA da OmniChat que transforma seu atendimento em uma operação de alta performance.

O resultado é uma operação mais eficiente, escalável, com mais conversões e um processo comercial muito mais inteligente.

Em 2024, mesmo antes do lançamento oficial, o **Whizz Agent** foi capaz de atender e realizar vendas de forma independente nos canais conversacionais, foi responsável por:



Influenciar mais de **15%** em conversão total no WhatsApp



Conduzir de forma autônoma 89.905 conversas comerciais, **resolvendo 80% delas sozinho**



Foi o responsável por mais de **23% das vendas** que aconteceram fora do horário comercial

E o mais surpreendente: no **primeiro trimestre de 2025**, o **Whizz superou em 71%** o volume de conversas que havia realizado nos dois meses de testes com os clientes, durante o período da Black Friday e Natal.

A IA segue escalando, com mais adoção, mais aprendizado e um ROI cada vez mais previsível.



O novo benchmark de **produtividade em vendas com IA**

O crescimento do **Whizz** não acontece isoladamente, ele é impulsionado por uma **infraestrutura robusta, nativa e pronta para escalar**, conectada às principais plataformas de e-commerce do mercado. A combinação de **integrações plug and play, personalização de ponta a ponta e dezenas de habilidades comerciais personalizadas** faz do Whizz Agent não só uma solução de vendas, mas uma verdadeira **máquina de conversão por chat**.

A plataforma foi desenhada para operar com inteligência e fluidez em todos os pontos críticos da jornada: da recomendação de produto ao envio do link de checkout, passando por criação de carrinho, aplicação de cupons, rastreamento de pedidos, recuperação de PIX e muito mais! Tudo **dentro do WhatsApp**. E o impacto é direto na produtividade e no resultado comercial:

-95% de redução no tempo médio de resposta (TME) com o uso de IA

4X mais capacidade de atendimento simultâneo sem aumentar o time humano

30% de crescimento na conversão em vendas assistidas com IA

+46% de aumento no ROAS de campanhas conduzidas com apoio do Whizz



O **Whizz é uma solução de IA generativa treinada para atuar como especialista em vendas**, capaz de compreender linguagem natural, responder com empatia, personalizar a abordagem de acordo com o tom de voz da marca e entregar recomendações com base em contexto, disponível para qualquer empresa que opere com e-commerce.



Biscoitê +  OmniChat

Aplicando na prática: como a Biscoitê usou IA para **vender com encantamento**

A estrutura inteligente do Whizz vem transformando a forma como as marcas operam no WhatsApp, inclusive aquelas que têm na experiência de marca um diferencial competitivo central, como é o caso da **Biscoitê**, rede especializada em biscoitos para presente, com forte apelo emocional e sensorial.

Com **mais de 70 lojas no Brasil** e operação concentrada em datas sazonais, a Biscoitê precisava de uma solução que combinasse **escalabilidade com sensibilidade no atendimento**. A resposta veio com a implementação do **Whizz Agent**, carinhosamente batizado de Maitê pela empresa.

A estratégia de adoção foi gradual: começou com **15% das campanhas direcionadas à IA**, e hoje cerca de **70% do atendimento já é conduzido pela Maitê**, sem que os clientes percebam a diferença.

O agente realiza atendimentos simultâneos com linguagem natural e empática, refletindo o tom da marca, e encaminha apenas casos mais complexos para os atendentes humanos, com total contexto da conversa.





Resultados alcançados:

- **120% de aumento no ticket médio** via WhatsApp;
- **31% de crescimento nas vendas pelo canal**, mesmo em períodos fora de Natal;
- **ROI 3x maior** na Páscoa de 2024 em comparação ao ano anterior;
- **Mais de 100 atendimentos simultâneos** realizados com estabilidade e fluidez.



Clara Calderano

Head de Digital da Biscoitê

Criamos um ecossistema onde nossos atendentes mais experientes alimentam o treinamento da IA, enquanto a tecnologia libera a equipe humana para situações que exigem maior sensibilidade e criatividade.

A experiência da Biscoitê mostra como a tradição e a inovação podem coexistir e como a IA generativa, quando treinada com base em conhecimento humano e cultura de marca, pode **escapar do genérico e se tornar encantadora em escala**.

Além da IA, a **integração entre o WhatsApp, o e-commerce e as lojas físicas** permitiu acelerar entregas, ou seja, essas integrações não impactam apenas a eficiência operacional, elas moldam a experiência de compra até o último estágio da jornada: **a entrega**.



Experiência total: personalizada no atendimento, perfeita na entrega

Na jornada conversacional, cada etapa deve ser tão personalizada quanto o atendimento. E os dados mostram que o consumidor já fez sua escolha: em 2024, **92% dos pedidos realizados via WhatsApp optaram por “receber sua compra em casa”**, enquanto a retirada em loja caiu 29% em comparação ao ano anterior.

Esse comportamento reforça um novo padrão de expectativa: **conveniência com agilidade**. O consumidor não quer apenas ser bem atendido, mas também quer receber rápido, de forma prática e sem atrito.



Modelos como o da Biscoitê, que utilizam as lojas físicas como hubs de distribuição conectados ao atendimento por WhatsApp conseguem **fazer a entrega em até 2 horas após o pedido**.

A IA ajuda a orquestrar esse fluxo de ponta a ponta: do clique no anúncio até a entrega da mercadoria, seja na loja física ou na casa do cliente, **sem depender de planilhas, redirecionamentos ou fricções humanas desnecessárias**.

Esse é o novo patamar da experiência conversacional: fluida, personalizada, no tempo certo e com final feliz.



IA de alta performance se constrói com contexto, dados e treinamento



Ter uma tecnologia de ponta não é suficiente. Para que um agente de IA entregue resultados de verdade, que encantam, convertem e escalam, ele precisa ser treinado com base no que importa: sua operação, seus clientes e a forma como sua marca se comunica.

Um agente bem treinado vai além de responder perguntas. Ele entende o momento de compra, identifica oportunidades, lida com objeções com naturalidade e sabe conduzir uma conversa com fluidez e relevância. Isso só acontece quando ele é alimentado com dados reais, alinhado com objetivos claros e constantemente ajustado à medida que o mercado evolui.



Treinar a IA não é um passo opcional, é parte essencial da estratégia de vendas.

Quando esse processo é levado a sério, os ganhos são claros: conversões mais rápidas, menos retrabalho, atendimento mais humanizado e uma operação muito mais eficiente.

Pense no agente de IA como um novo vendedor no seu time. Quanto melhor for o treinamento, mais rápido ele aprende, se adapta e gera valor. A diferença? Ele pode atender milhares de clientes ao mesmo tempo, sem perder a qualidade.



Treinando seu agente de IA para alta performance:



Mapeie o funil de vendas e a jornada do cliente, para que a IA compreenda onde está inserida e o que precisa entregar em cada etapa.



Alimente-a com conteúdo estratégico, como pitches, perguntas frequentes, argumentos de venda, diferenciais da marca e políticas comerciais.



Use seus melhores vendedores como referência, extraíndo dados reais de conversas para treinar o tom de voz, a linguagem e as intenções mais comuns.



Inclua regras de negócio e gatilhos inteligentes, como critérios de qualificação, ofertas, promoções e políticas de frete.



Atualize com frequência, usando feedbacks da equipe e dados de comportamento do consumidor para manter o agente sempre alinhado.



Teste, monitore e otimize continuamente, com dashboards e análises que mostrem o que funciona e onde é preciso ajustar.



Envolva os times de vendas e atendimento no processo. Quanto mais próximo da realidade, melhor será a performance do agente.

A inteligência está nos dados. Mas o desempenho vem da personalização, do treinamento e da capacidade de evoluir junto com o seu negócio.



Conversas que influenciam

O que os dados mostram com clareza é que a venda nos canais de chat não é apenas eficiente. **Ela é transformadora.**

A combinação entre atendimento consultivo, inteligência artificial e plataformas integradas criou um novo modelo para o comércio conversacional: **mais ágil, mais humano, mais escalável.**

Quando 12,5% das vendas online passam por uma conversa, quando uma IA é capaz de responder com empatia e gerar 3x mais conversões com o mesmo investimento, e quando marcas veem seu ticket médio mais que dobrar, está claro: **vender por WhatsApp é mais do que uma alternativa, é uma vantagem competitiva.**

Mas a eficiência operacional é apenas uma parte do impacto. O que se constrói, conversa a conversa, é também uma **experiência de compra encantadora**, com mais contexto, menos atrito e maior valor percebido pelo consumidor.





OmniChat: tecnologia que acelera resultados, **conversas** que **impulsionam negócios**

Os dados deste report deixam uma coisa clara: atualmente os canais de mensageria não são mais apenas suporte, mas sim o coração das estratégias de vendas mais bem-sucedidas do mercado. E nesse novo cenário, marcar presença já não é suficiente. É preciso ser relevante, rápido e, acima de tudo, estratégico.

Recuperar vendas em escala, aumentar a produtividade do time comercial e gerar novas receitas exige mais do que boas intenções. É o reflexo direto de uma operação conversacional bem desenhada, com tecnologia de ponta, inteligência artificial aplicada com precisão e decisões guiadas por dados reais. **É exatamente nesse ponto que entra a OmniChat.**

Somos o parceiro de crescimento de empresas que veem nos canais conversacionais, como WhatsApp, Instagram Direct, Messenger e Web Chat, muito mais do que um canal de atendimento: um verdadeiro centro de receita.

Com uma plataforma robusta e IA no centro da jornada, ajudamos mais de 500 marcas a evoluírem suas operações em ecossistemas integrados por meio dos canais conversacionais, e altamente performáticos. **Aqui, automação caminha com personalização, velocidade anda de mãos dadas com precisão e a escala acontece com controle e previsibilidade.**

Seja na recuperação de carrinhos abandonados, no aumento do ticket médio ou na criação de novas receitas com agentes autônomos, o impacto é claro: mais conversões, mais eficiência e um modelo de vendas realmente alinhado às expectativas do consumidor atual, com conversas úteis, fluídas e que geram valor do início ao fim.



Com o Whizz, você acelera resultados, escala com eficiência e fideliza com experiência, Experimente agora!



OmniChat



R. João Gualberto, 1881 / Juvevê,
Curitiba (PR) - CEP 80.030-001

