



Divulgação

IMPACTA O ATENDIMENTO E A GESTÃO DO CLIENTE

## WHATSAPP INTRODUZ @USERNAME COMO ALTERNATIVA AO NÚMERO DE TELEFONE PARA IDENTIFICAÇÃO DE USUÁRIOS

Especialista explica como a nova lógica impacta o atendimento e a gestão do cliente em empresas

A té junho de 2026, o WhatsApp deve consolidar uma mudança estrutural em sua lógica de identificação, com a adoção de usernames e novos identificadores como alternativa à exposição do número de telefone em interações com empresas.

A mudança altera a forma como os usuários são identificados no ecossistema da plataforma e tende a impactar diretamente operações de atendimento, CRM e integração via API oficial.

A atualização introduz o LID (Linked Identity), associado ao novo modelo de username no WhatsApp. Na prática, em vez de compartilhar o número de telefone com empresas, o usuário poderá interagir por meio de um @username vinculado à sua conta. Para o usuário, a principal consequência é mais privacidade e mais controle sobre quais dados ficam visíveis nas interações.

Segundo o especialista Guilherme Rocha, CEO da HelenaCRM, empresa mineira de CRM conversacional e atendimento via WhatsApp, mais do que uma simples funcionalidade, a mudança representa uma transformação profunda na arquitetura de identificação, impactando diretamente a forma como o atendimento via WhatsApp é feito pelas empresas.

“Antes, o número de telefone era a principal referência para identificar o cliente e organizar sistemas de atendimento e CRM. Com a nova lógica, as empresas passam a lidar com novos identificadores em vez do telefone como base principal, o que exige adaptação dos sistemas e reforça a importância da qualificação do cliente na operação”, explica.

Na prática, o número de telefone não deixa de existir: ele continua sendo necessário para a criação da conta. O que muda é a camada visível e operacional de identificação nas interações, com a introdução de usernames e novos identificadores voltados à privacidade.

Para entender a mudança, é importante separar três elementos que passam a coexistir no WhatsApp: o número de telefone, que continua existindo e segue necessário para a criação da conta; o username, que passa a funcionar como camada visível de identificação; e o Business Scope ID, um identificador técnico único para a relação entre o usuário e cada empresa.



Guilherme Rocha, CEO da HelenaCRM

“Esse modelo reduz a exposição de dados sensíveis porque o telefone deixa de circular como chave principal de identificação nos sistemas de atendimento.”

Segundo Rocha, esse novo identificador passa a ser ocupado por empresa. Se o mesmo usuário interagir com duas empresas diferentes, cada operação receberá um ID distinto para aquela relação. Isso limita o cruzamento de dados entre diferentes empresas dentro do ecossistema.

O principal impacto não está na interface, mas na forma como os dados passam a ser estruturados e utilizados pelas empresas”, destaca Rocha.

### Privacidade

O executivo da Helena conta que a principal justificativa da Meta para a alteração foi aumentar a privacidade e a segurança dos dados dos usuários, já que, ao substituir o número de telefone por um identificador técnico, reduz o risco de vazamento de números, limita o uso indevido dessas informações fora da plataforma e diminui a possibilidade de construção de bases de dados paralelas que contêm informações pessoais dos usuários, muitas vezes sem consentimento.

“Esse modelo reduz a exposição de dados sensíveis porque o telefone deixa de circular como chave principal de identificação nos sistemas de atendimento”, diz.

Na avaliação de Rocha, a mudança dificulta o cruzamento de dados entre operações distintas e reduz a possibilidade de formação de perfis unificados de comportamento a partir de interações com empresas diferentes.

Dados reforçam o risco associado ao uso de identificadores diretos como números de telefone. Segundo o relatório Data Breach Report 2025, da Privacy Rights Clearinghouse, somente em 2025 mais de 4.080 incidentes de vazamento de dados afetaram pelo menos 375 milhões de pessoas, enquanto o volume global de contas comprometidas ultrapassou 425 milhões. Em paralelo, levantamentos apontam que credenciais roubadas já estão entre os principais vetores de ataques, presentes em cerca de um quinto das violações.

### Histórico do usuário

Um dos pontos mais sensíveis da mudança para as empresas será a manutenção do histórico de conversas, aponta a HelenaCRM. “Empresas que utilizam provedores oficiais da Meta, como Business Solution Providers (BSPs), tendem a absorver a mudança com menos atrito técnico. Nesses casos, a operação pode se adaptar ao novo identificador e preservar melhor o histórico e o contexto do atendimento”, explica.

“Já operações fora desse ecossistema, com APIs não oficiais ou soluções isoladas, podem ter mais dificuldade para reconhecer corretamente esse identificador. Isso pode levar à criação de registros duplicados para o mesmo cliente, fragmentando o histórico e comprometendo a continuidade do atendimento”.

Esse ponto ganha relevância quando a consistência do atendimento impacta diretamente os resultados do negócio. Dados mostram que 54% dos consumidores deixam de comprar de uma marca quando precisam repetir o mesmo problema várias vezes, segundo levantamento do Futurum Group compilado em estudos de experiência do cliente, enquanto pesquisa da PwC indica que 32% abandonam uma marca após uma única experiência negativa, reforçando o impacto direto da consistência no atendimento sobre os resultados das empresas.

Em resumo, a mudança reduz a exposição de dados, mas aumenta a exigência técnica das operações. Em um cenário em que o WhatsApp é um dos principais canais de relacionamento com clientes no Brasil, essa alteração deixa de ser apenas técnica e passa a impactar diretamente a operação, a experiência e os resultados das empresas”, conclui.



Africa\_Images\_CAWVA