



Bianca_Constantinescus_Images_CANVA

DEMANDA E CONVERSÃO

IA ASSUME O PRIMEIRO ATENDIMENTO E MUDA A OPERAÇÃO DAS PEQUENAS EMPRESAS

Ferramentas automatizadas passam a responder a clientes em tempo real, reduzem custos e reconfiguram a forma como negócios lidam com demanda e conversão

A adoção de Inteligência Artificial (IA) no atendimento ao cliente avança entre pequenas empresas e começa a redefinir a operação comercial. Estimativas da McKinsey & Company indicam que o uso de IA pode reduzir custos operacionais em até 30% em áreas como atendimento e suporte, enquanto pesquisas do Google mostram que 93% dos consumidores pesquisam antes de comprar e esperam respostas rápidas nos canais digitais.

Ao mesmo tempo, levantamentos de juntas comerciais e empresas de análise de dados apontam aumento no número de negócios encerrados em 2025 em relação ao ano anterior, pressionando empreendedores a rever processos e eficiência.

Rafael Somera, CEO da Solutudo, afirma que a velocidade de resposta passou a influenciar diretamente a decisão de compra. Para ele, o primeiro contato deixou de ser apenas um ponto de interação e passou a determinar se a empresa seguirá na jornada do consumidor. “O cliente não aguarda mais. Se não há retorno imediato, ele busca outra empresa que responda no mesmo instante”, afirma.

A IA tem sido incorporada principalmente em canais como WhatsApp, chats de sites e redes sociais, assumindo etapas iniciais do atendimento. A tecnologia responde dúvidas frequentes, organiza solicitações e direciona demandas, o que reduz o tempo de espera e aumenta a capacidade de atendimento simultâneo.

Ao absorver essas tarefas, a operação ganha escala sem exigir crescimento proporcional da equipe. Isso altera a lógica interna dos negócios, que passam a concentrar o trabalho humano em etapas mais complexas, como negociação e fechamento. “Grande parte das interações iniciais



Unipong_CANVA

é repetitiva. Automatizar esse processo permite que o time atue onde há maior impacto no resultado”, diz.

A redução de custos aparece como consequência, mas não é o único ganho. A previsibilidade e a padronização das respostas também contribuem para melhorar a experiência do cliente. A implementação, porém, exige critério. “Não basta automatizar. A empresa precisa garantir que a resposta seja útil e que exista continuidade no atendimento quando necessário”, explica.

A escolha da tecnologia também se tornou uma etapa crítica. O número de fornecedores cresceu com a popularização da inteligência artificial, mas nem todas as soluções oferecem integração adequada ou facilidade de uso. Negócios que adotam ferramentas sem planejamento tendem a enfrentar dificuldades operacionais e baixa efetividade.

O uso da IA no atendimento acompanha uma mudança mais ampla na jornada de consumo. Clientes transitam por diferentes canais, comparam informações e validam reputação antes de decidir. A rapidez no primeiro contato, portanto, deixa de ser apenas eficiência operacional e passa a influenciar diretamente a conversão. “Responder rápido resolve o início, mas o que sustenta o relacionamento é a qualidade da experiência. A tecnologia precisa apoiar isso, não substituir”, afirma.

O especialista aponta cinco pontos para adotar inteligência artificial no atendimento - A incorporação da inteligência artificial no primeiro contato com o cliente exige decisões práticas e alinhadas à realidade de cada empresa. A adoção tende a ser mais eficiente quando parte de uma estrutura organizada e de objetivos claros.

- **Mapear as demandas mais frequentes** – O ponto de partida é identificar quais perguntas e solicitações se repetem no dia a dia. Esse levantamento permite configurar respostas automatizadas mais precisas e úteis.
- **Escolher ferramentas compatíveis com os canais atuais** – Soluções integradas a WhatsApp, sites e redes sociais facilitam a implementação e evitam rupturas na comunicação com o cliente.
- **Manter opção de atendimento humano** – A automação precisa prever a transferência para um atendente em situações específicas, garantindo continuidade e evitando frustração.
- **Acompanhar indicadores de desempenho** – Tempo de resposta, taxa de resolução e conversão ajudam a avaliar se a tecnologia está cumprindo seu papel e onde ajustes são necessários.
- **Avaliar fornecedores com foco em suporte e personalização** – Mais do que funcionalidades, a escolha deve considerar a capacidade de adaptação da ferramenta ao negócio e o suporte oferecido ao longo da operação.

Juststock_CANVA

“Grande parte das interações iniciais é repetitiva. Automatizar esse processo permite que o time atue onde há maior impacto no resultado”

