Empresas & Negócios

Matéria de capa



peshkov_CANVA

BUSCAS E ATENDIMENTO

PEQUENO NEGÓCIO PRECISA SE PREPARAR PARA SER ENCONTRADO POR IA EM 2027

Pesquisas da LWSA, da Warc, do Sebrae e da Zendesk indicam que a inteligência artificial vai ganhar espaço na busca de produtos e no atendimento.

Pedro Toledo, de 21 anos, especialista em inteligência artificial aplicada a vendas e atendimento, aponta três mudanças que o dono de pequeno negócio deve esperar e o primeiro passo para se preparar.

O consumidor brasileiro já começa a pedir a robôs de inteligência artificial o que comprar, e a tendência é que o hábito cresça em 2027. Pesquisa da LWSA, feita com 1.044 pessoas pelo painel Opinion Box, mostra que 13% já usam ferramentas como ChatGPT, Gemini ou Claude como ponto de partida para buscar produtos e que os resumos de IA nos buscadores influenciam 45% dos consumidores.

O movimento deve se acelerar. O relatório The Marketer's Toolkit 2027, da consultoria britânica Warc, divulgado em novembro, mostra que 69% dos profissionais de marketing esperam que os consumidores recorram a agentes de IA para pesquisar produtos nos próximos três anos.

A expectativa do cliente também sobe. Segundo o CX Trends 2026, da Zendesk, 88% dos consumidores esperam tempos de resposta mais ágeis do que há um ano e 74% querem atendimento 24 horas por dia, sete dias por semana.

Do lado das empresas, o guia de tendências do Sebrae, edição 2027, mapeia 38 tendências em nove macrotendências. Entre elas estão a IA agêntica, que transforma a IA de ferramenta de consulta em uma espécie de braço direito operacional, capaz de executar tarefas de forma autônoma, e a chamada IA invisível, que se integra à rotina e antecipa necessidades do empreendedor, como resumir anotações de reuniões e gerar lembretes de contas e prazos. O guia alerta que muitos projetos de IA agêntica podem falhar por falta de reestruturação dos processos internos e sugere começar organizando dados e padronizando tarefas.



Divulgação

Pedro Toledo

> "Hoje o cliente pesquisa no Google. Em breve, muita gente vai perguntar para a IA. O dono que não tem as informações do negócio claras e atualizadas na internet pode simplesmente não aparecer na resposta.

Os números do Sebrae mostram que o interesse é alto: 52% dos pequenos negócios brasileiros usaram IA nas duas semanas anteriores à pesquisa Transformação Digital nos Pequenos Negócios, e 60% pretendem adotar ou ampliar o uso no próximo semestre, contra 24% nos Estados Unidos. A adaptação, porém, dá trabalho: 46% dos negócios que usam IA precisaram mudar seus fluxos de trabalho, segundo outra pesquisa do Sebrae com o Meta Instituto de Pesquisa.

Especialista em inteligência artificial aplicada a vendas e atendimento, Pedro Toledo, de 21 anos, comanda uma agência de performance digital em São José dos Campos e vê a IA mexendo em três frentes do dia a dia do pequeno negócio em 2027.

A primeira é ser encontrado por ela. Se o cliente passa a perguntar a um robô onde comprar, quem não tiver informações claras e atualizadas sobre o negócio na internet corre o risco de não ser lembrado.

"Hoje o cliente pesquisa no Google. Em breve, muita gente vai perguntar para a IA. O dono que não tem as informações do negócio claras e atualizadas na internet pode simplesmente não aparecer na resposta", afirma.

A segunda é o atendimento. Com o cliente cada vez mais acostumado a respostas rápidas, responder no WhatsApp em poucos minutos deve virar o padrão, e a IA permite fazer isso a qualquer hora, inclusive de madrugada.

"Quem demora para responder perde a venda para quem responde na hora. Hoje dá para atender o cliente em minutos, a qualquer hora, sem montar uma equipe de plantão", diz Pedro.

Ele ressalva, porém, que o atendimento humano continua indispensável quando a conversa envolve negociação ou um problema do cliente.



putilich_CANVA

A terceira é a operação enxuta e guiada por dados. Tarefas como proposta, relatório, conteúdo e atendimento, que antes exigiam um funcionário, passam a caber em uma assinatura, e o vendedor que trabalha com CRM, histórico do cliente e IA chega à conversa sabendo o que o cliente já perguntou e já comprou.

"O pequeno negócio consegue ter cara de empresa grande sem ter a estrutura de uma empresa grande", explica.

O primeiro passo para quem quer se preparar, segundo o especialista, é organizar a casa antes de contratar a ferramenta.

"Não adianta colocar IA em cima de um processo bagunçado. O dono precisa saber o que quer melhorar, ter os dados organizados e medir o resultado", afirma.

Pedro lista como erros de quem começa a usar a tecnologia colocar um robô sem treino, não ter dados, automatizar o processo errado, esconder do cliente que ele está falando com uma IA e não medir o resultado.