



Conversations



O futuro das conversas é agora

As novidades para as mensagens e a IA



Maren Lau
Vice-Presidente Latam
Meta



Gooooo!!!!!!

19:58



Vai Brasil!



19:59



Que jogo,
meus amigos!

20:00



Eu amo esses
jogos!!!!

20:02



Lindo gol



20:01



Mark Zuckerberg

20 de dezembro de 2022

Leo Messi's World Cup post is now the most liked in Instagram history. WhatsApp also reached a record 25 million messages per second during the final.





**Tenha suporte para
a sua operação**



**Responda
com eficiência**



**Ajuda
para crescer**

**Acelerar o seu
negócio com IA**

Olá, quando minha jaqueta vai chegar?

13:58

Está quase aí!

AI 🌟 17:40 ✓✓



Order #PN2402

[Ver detalhes](#)

Saiu para entrega

Seu pedido está chegando em breve.

17:40

[Rastrear seu pedido](#)

Parabéns, Ana!! 🎉 Celebre seu dia especial com 20% de desconto na sua próxima compra. Use o código NIVER20 no checkout.

Olá, amei a calça pantalone. Que cores você tem?

12:29

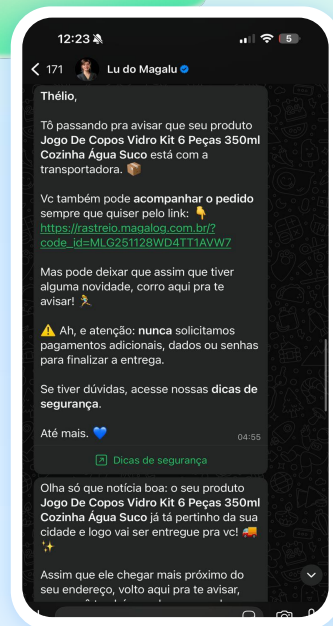
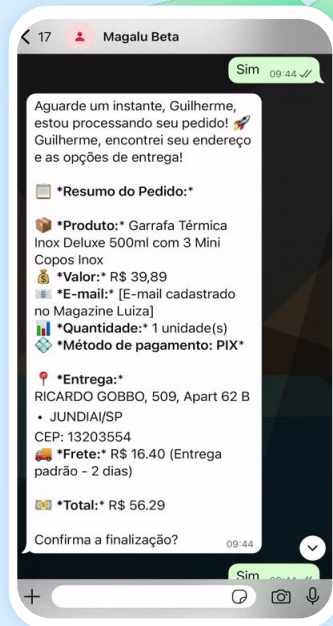
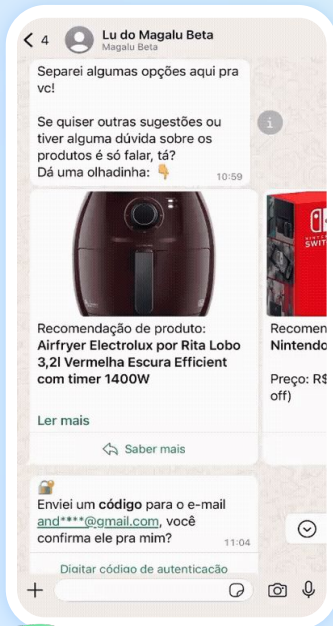
Bom dia! A pantalone está disponível no preto, azul e marrom.

12:30 ✓✓

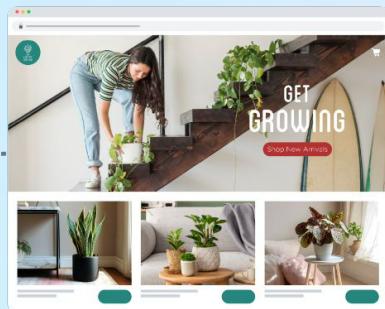


magalu





Boas-vindas à era das conversas em IA



Seu pedido #LS2637
saiu para entrega!

The background features three large, stylized, layered shapes resembling fans or petals. One is green on the left, one is blue on the top right, and one is pink on the bottom right. The text is centered in the middle of the page.

Meta Business Agent

Meta Business Agent

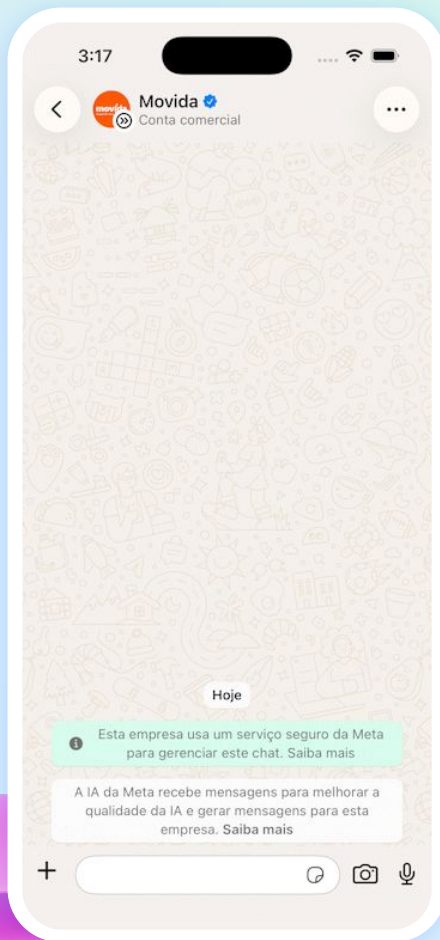


Atende, recomenda,
resolve, vende e aprende
24 horas por dia.

The background features three abstract, layered, fan-like shapes. On the left, a green shape curves inward. On the right, a blue shape curves outward at the top, and a pink shape curves inward at the bottom. The central text is set against a light blue gradient.

Meta Business Agent Platform

Meta Business Agent Platform



Para construir, personalizar
e escalar agentes de IA
conectados ao CRM.

Experiências de Descoberta no WhatsApp

Encontrar empresas na
busca, compartilhar links
e cartão de contato.



Olá! Quais plantas para área
interna você tem?

10:29 ✓



Lucky Shrub

Bring beautiful greenery and
blooms into any space.

Aqui está o nosso catálogo para espaços
internos. Você pode filtrar por nível de
exposição solar:

AI 🌿 17:40

[Veja o catálogo](#)

Mensagem é o novo comércio



Oi! Quando está agendado o próximo corte do Simba?

17:39

Olá! O próximo corte do Simba será quinta-feira às 14hs.

AI 17:40 ✓

O Brasil cria a cultura das conversas

A Meta entrega a tecnologia
para que elas aconteçam
em escala.





Brasil conversacional

Negócios que estão construindo o amanhã



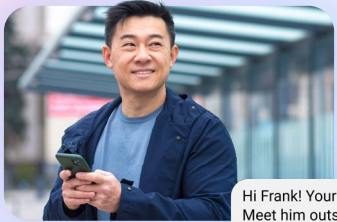
Conrado Leister
Vice-Presidente Brasil
Meta

Send message



8 em 10

brasileiros trocam mensagens com um negócio pelo menos uma vez por semana (*crescimento de 5% de 2025 para 2026*)



Hi Frank! Your guide is on the way. Meet him outside at the kerb. Enjoy your tour of London!





67%

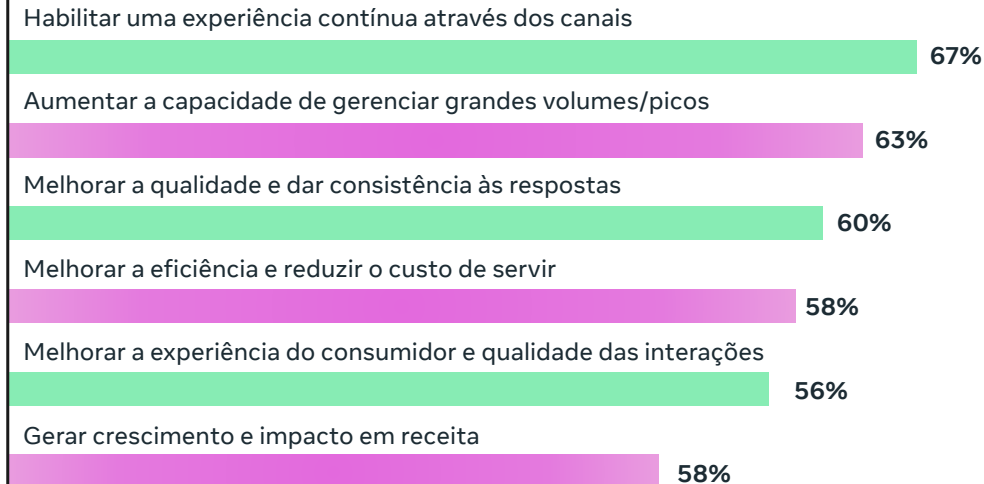
dos brasileiros concordam que receber uma resposta de IA/um agente de IA é útil

As empresas brasileiras estão escalando IA rapidamente para transformar as mensagens. **Jornadas fluidas e serviço escalável são prioridades.**

Como empresas brasileiras esperam que a IA otimize a mensageria para negócios(%) *

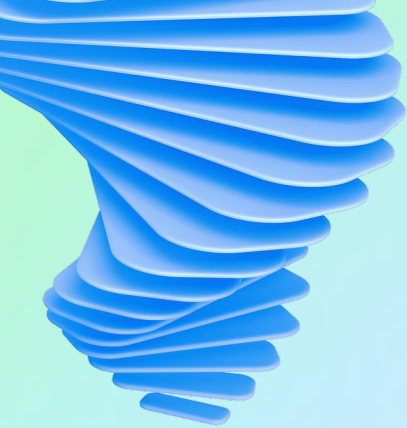
 Destruar escala através de práticas economicamente sustentáveis

 Possibilitar a criação e melhoria de novas experiências do consumidor



Meta Business Agent Platform







SEM ↑
PARAR

mov(i)**da**
aluguel de carros



**Gabriel
Porto Barbosa**

CMPO, Marketing & Product
Sem Parar



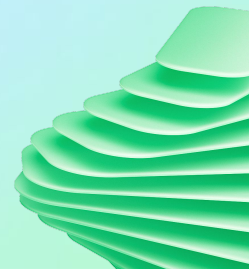
**Francine
Marcheto**

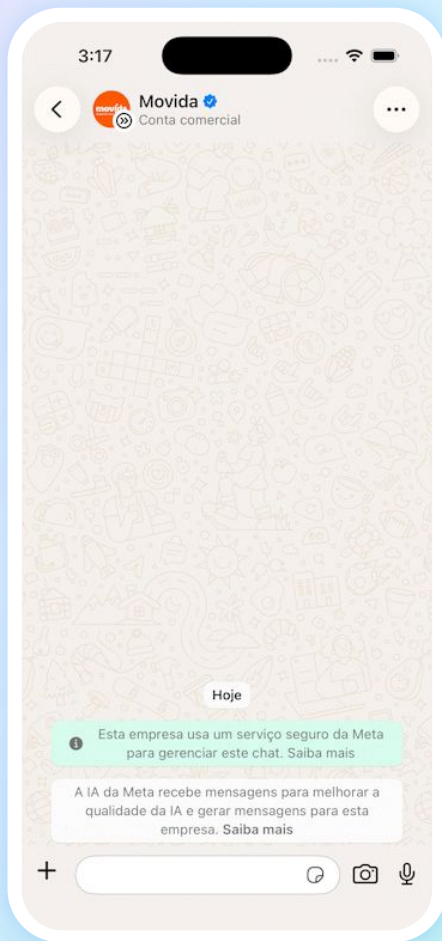
CMO
Movida

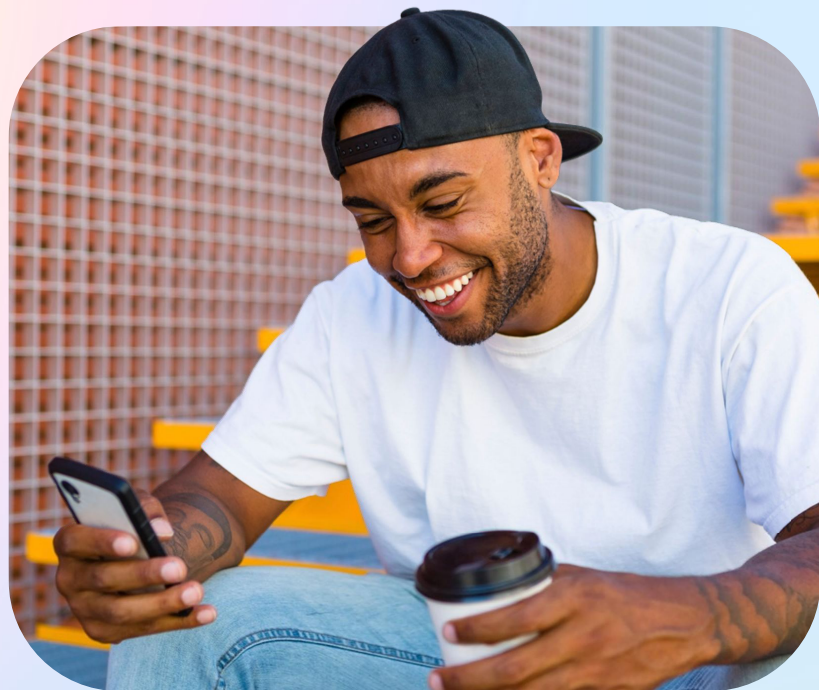


**Conrado
Leister**

Vice-Presidente Brasil
Meta







- ✔ Velocidade
- ✔ Facilidade
- ✔ Conveniência
- ✔ Diferenciação



Escaneie
para começar





De Canal de Mensagens a Plataforma de Negócios

O que vem pela frente?



VINHETA
ANIMADA



Guilherme Horn

Head do WhatsApp para
Índia, Indonésia e Brasil
Meta



3.5B

de clientes em
potencial no
WhatsApp

Source: Meta Internal Data, June 2026



Hi Frank! Your guide is on the way. Meet him outside at the kerb. Enjoy your tour of London!



Send message

600M

de conversas acontecem
diariamente entre pessoas
e empresas nas
plataformas da Meta

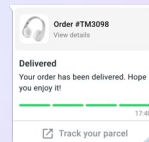
I want to switch up my monthly coffee order. What would you recommend?

11:50 ✓

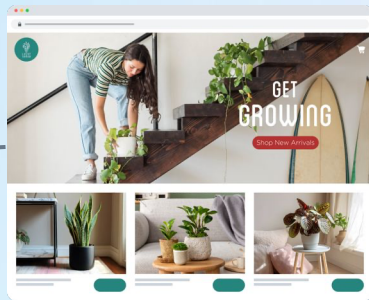


Happy to help! Do you prefer light or dark roast?

11:53

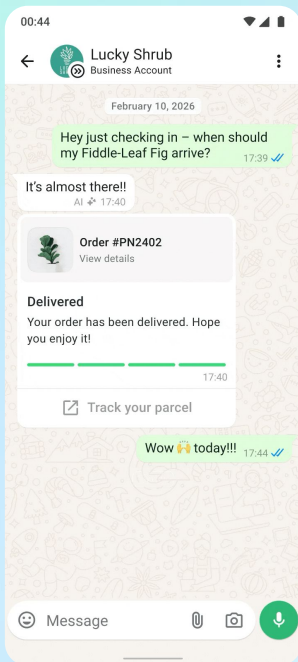


*Fonte: Meta Internal Data, 2025



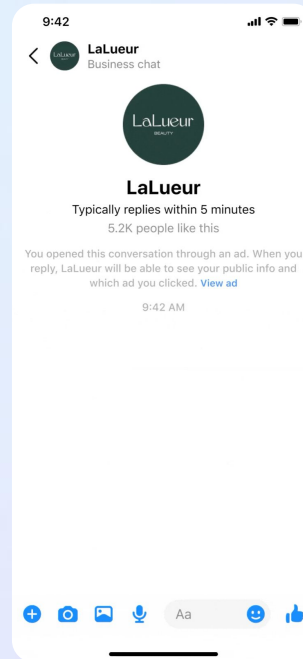
Oi, Maria, seu pedido 1032 foi enviado!





Meta Business Agent

Agora disponível no mundo inteiro






Escaneie para começar

Já disponível no mundo todo

Username



 **Lucky Shrub**
Business Account
@luckyshrub

 **Notablé**
Business Account
@notable



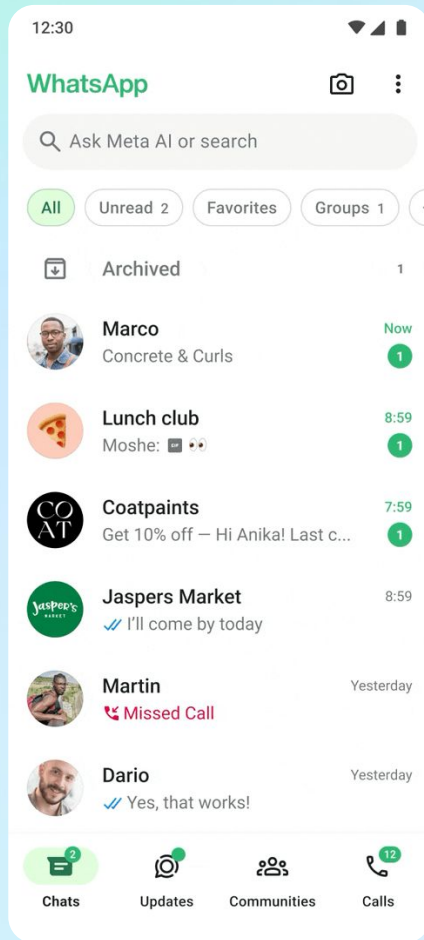


Do lançamento à prática

Como se preparar para o lançamento de Usernames



Pedro Machado
Product Marketing Manager
Meta



Barra de busca

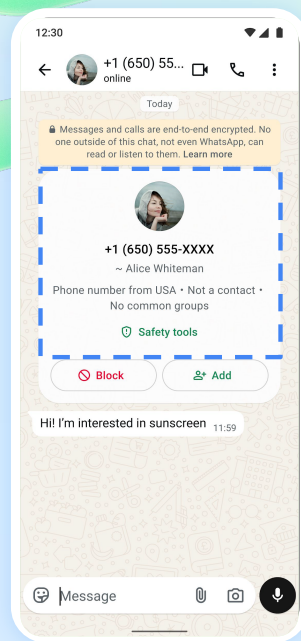
Empresas de diferentes tamanhos poderão adotar usernames, facilitando a jornada de descoberta da marca



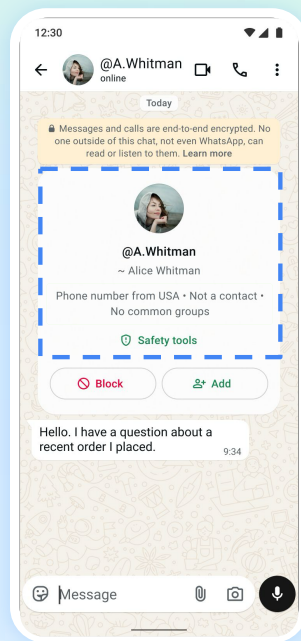
THE PRIVACY SHIFT

Os Usernames oferecem às pessoas uma maneira mais simples de proteger sua privacidade

Ao permitir que as pessoas mostrem o seu username ao invés do número de telefone quando conversando com outros em conversas 1:1 e grupos, nós damos mais controle para as pessoas sobre como compartilhar sua informação de contato.



Hoje

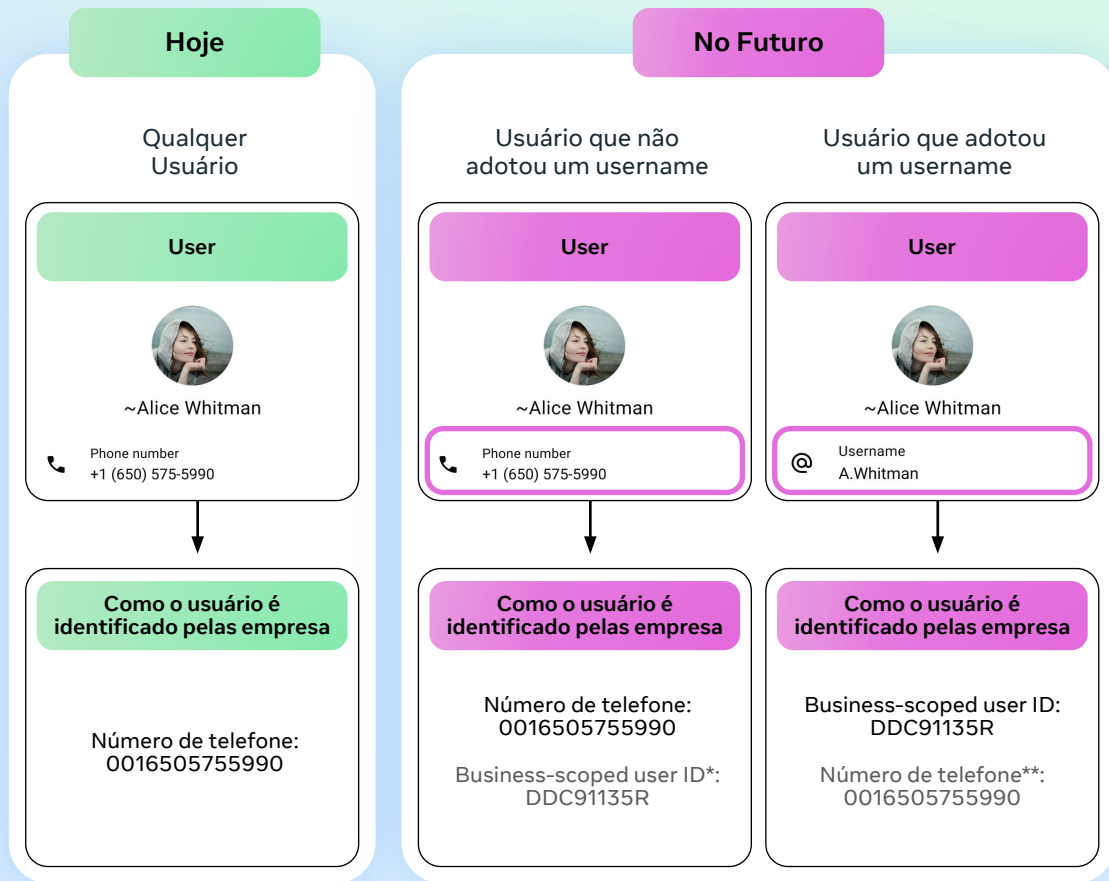


No futuro

Para viabilizar essa mudança, o WhatsApp passará a utilizar um novo identificador de cliente: o **BSUID**

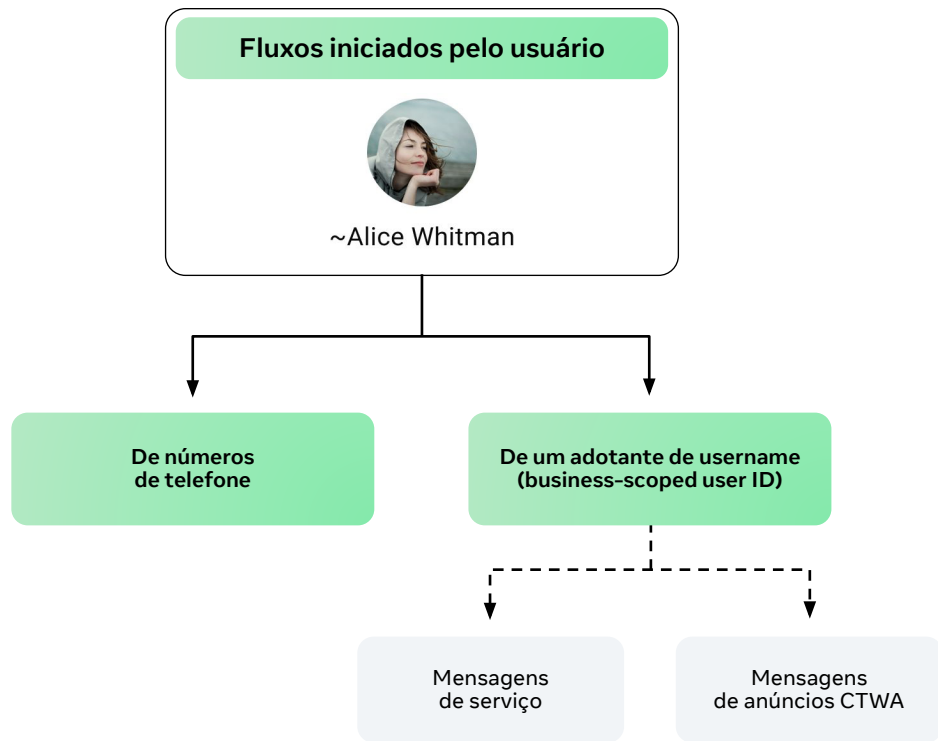
Com a implementação dos usernames, o WhatsApp deixará de compartilhar automaticamente números de telefone de usuários que aderirem.

Em seu lugar, será fornecido a parceiros e empresas da Cloud API um novo identificador único de backend, o BSUID, para integração em fluxos de trabalho.



* Se a empresa adotou o ID de usuário com escopo empresarial, caso contrário apenas o número de telefone

** Se a empresa já tem uma conversa prévia com o usuário, caso contrário apenas o ID de usuário com escopo empresarial



Serviço interrompido - - - - -

Parceiros e empresas precisam adotar o ID de usuário com escopo de negócio para evitar a perda de acesso a determinados cenários de mensagens



Números de telefone ainda aparecem nos webhooks em certas condições

WhatsApp fornece um Business-Scoped User ID (BSUID) para cada interação do usuário, mas uma vez que o username for adotado, o número de telefone pode não estar mais presente em alguns cenários:

Usuário não adotou um username

Se o usuário está arquivado na sua lista de contatos, o telefone sempre irá retornar

Se tem uma interação com o telefone do usuário nos últimos 30 dias

O que não está mudando

Mesmo com essas novas mudanças, os números de telefone ainda farão parte do funcionamento do WhatsApp, mesmo enquanto introduzimos novas opções de privacidade.



Usuários sem um username

Se um usuário não adotou um username, não há nenhuma mudança na visibilidade do número de telefone deste usuário.



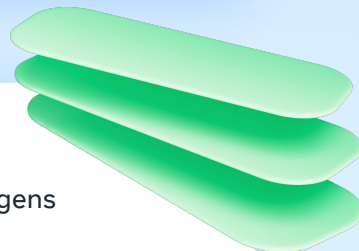
Mensagens iniciadas pela empresa

As empresas podem continuar enviando mensagens para números de telefone que conhecem, mesmo que um usuário que tentam alcançar tenha configurado um username.



Mensagens de autenticação

As empresas continuarão enviando mensagens de autenticação apenas para números de telefone, como fazem hoje.



O que fazer agora?



Faça uma auditoria dos seus números de telefone existentes do WhatsApp Business e os fluxos de mensagem onde você solicita o número do usuário.



Desenvolva uma convenção de nomenclatura de nomes de usuário que seja escalável

Exemplo:
@SuaMarca
para global,

@SuaMarca_BR
para Brasil,

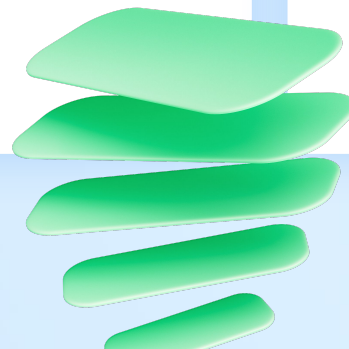
@SuaMarca_Atendimento
para suporte.



Comece a pensar em como integrar seu Username do WhatsApp ao seu playbook de mídia.



Defina um responsável interno de Marketing por reivindicar o ser Username e outro técnico para garantir que sua infraestrutura estará pronta.



WhatsApp Manager

Wind & Wool

Search Filter Add phone number

Phone number	Name	Status	Quality Rating	Messaging Limit
+1 615-010-0121 United States of America	Wind & Wool	Connected	High	250 Customers/24hr

Partner overview
Partner solutions
Overview
Message templates
Manage templates
Create template
Account tools
Insights
Flows
Phone numbers
Catalog
Activity log
Payment configurations
India
Singapore

As próprias empresas poderão adotar um nome de usuário


As empresas terão a opção de criar e reivindicar seu nome de usuário antes do lançamento do recurso a partir de nomes existentes

O que consideramos nomes existentes? Nomes de Exibição do WhatsApp ou Contas Comerciais Oficiais, Nomes do Meta Verified, @ do Facebook ou Instagram Business.



Quer saber mais em
detalhe sobre o
lançamento?

Participe do nosso webinar
exclusivo para participantes
do Conversations 2026!



Decodificando a jornada:
Das vendas à eficiência operacional
com o WhatsApp



Maria Aparecida Cardoso

Gerente de Processos
Omnichannel
C&A Pay



Janaína Machado

Gerente de Recuperação
de Crédito
C&A Pay



Filipe Matzembacher

Diretor de Produtos Financeiros
e Payments
C&A Pay



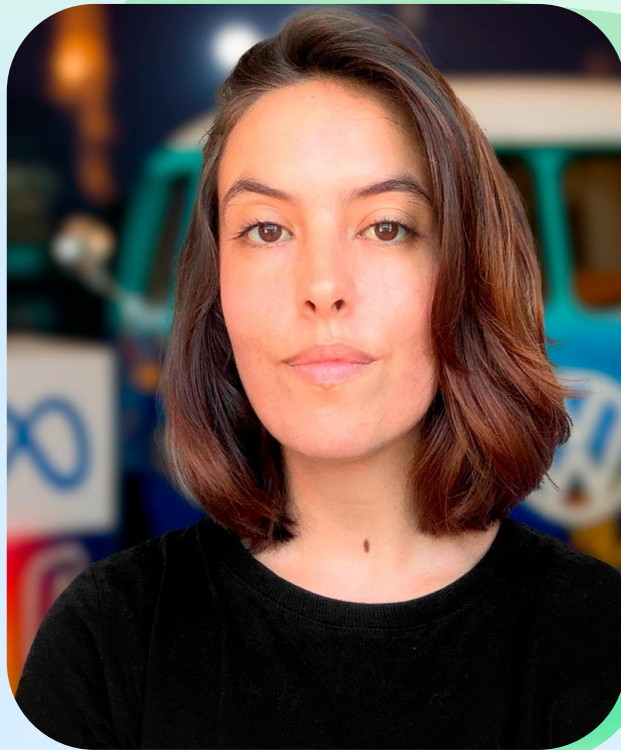
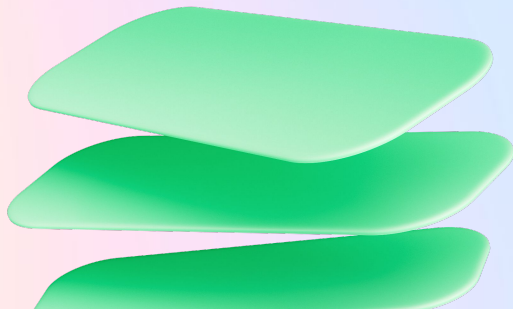
Henrique Marques

Enterprise Technical Sales
Manager, LATAM
Meta



Conversas e negócios

Marketing Messages API: a forma otimizada de fazer marketing no WhatsApp



Cassiane Vilvert
Product Marketing Manager
Meta

Diversificar
as categorias
de mensagem
otimiza as
conversas e cria
experiências
engajadoras

Iniciada pelo usuário



Anúncios de clique
para o WhatsApp



Serviço

Iniciada pela empresa



Utilidade



Marketing



Autenticação

Uma estratégia completa de Mensagens Pagas

Duas etapas para liberar todo o potencial do WhatsApp

Engajar

Abrir a Janela de Atendimento ao Cliente (CSW) por meio de interações de alto valor.

Anúncios de clique para o WhatsApp (Janela de 72h)

Direcionar inbound diretamente dos anúncios do Instagram.

Mensagens de Utilidade (Janela de 24h)

Enviar atualizações essenciais, como confirmações de pedidos, alertas de envio ou alterações de voos.



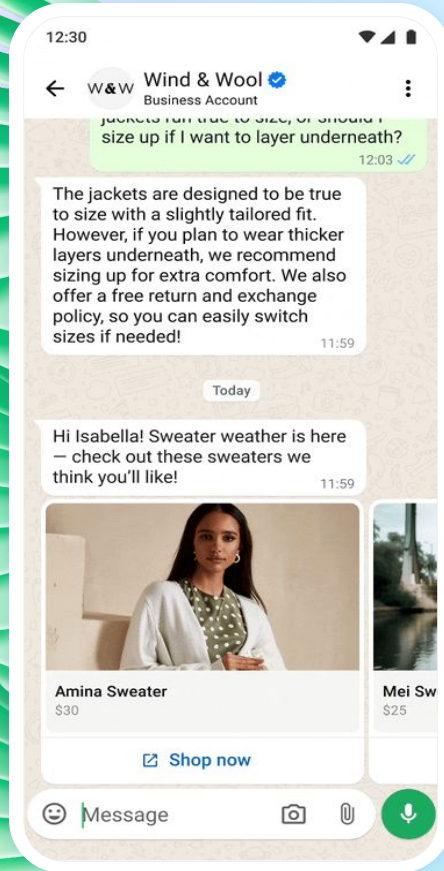
Converter

Entregar mensagens de Marketing direcionadas enquanto a janela de atendimento permanece aberta.

“Plus One” Marketing follow-up

Fazer o follow up da Mensagem de Utilidade ou do CTWA com uma oferta promocional altamente relevante, venda cruzada, venda adicional ou campanha de reengajamento.

Marketing Messages API



9%



de aumento em alcance, utilizando a Marketing Messages API*

Teste A/B com cerca de 12 milhões de mensagens de marketing entregues na Índia (1 a 31 de janeiro de 2025). Comparou a entrega otimizada da MM API for WhatsApp com a entrega padrão, apenas para mensagens de alto engajamento (mais leituras e cliques). Resultado estatisticamente significativo a 95% de confiança.

Engajamento e construção de relacionamentos em escala com otimizações

Marketing Messages API

Impulsione resultados

Aproveite a potência dos nossos sistemas de IA para entregar suas mensagens aos clientes que estarão mais propensos a engajar.



Entenda o desempenho

Mensure o impacto em todos os canais com relatórios de conversão na web e em apps e insights de mensuração exclusivos (por exemplo, referências, recomendações)*, entre outros novos recursos.

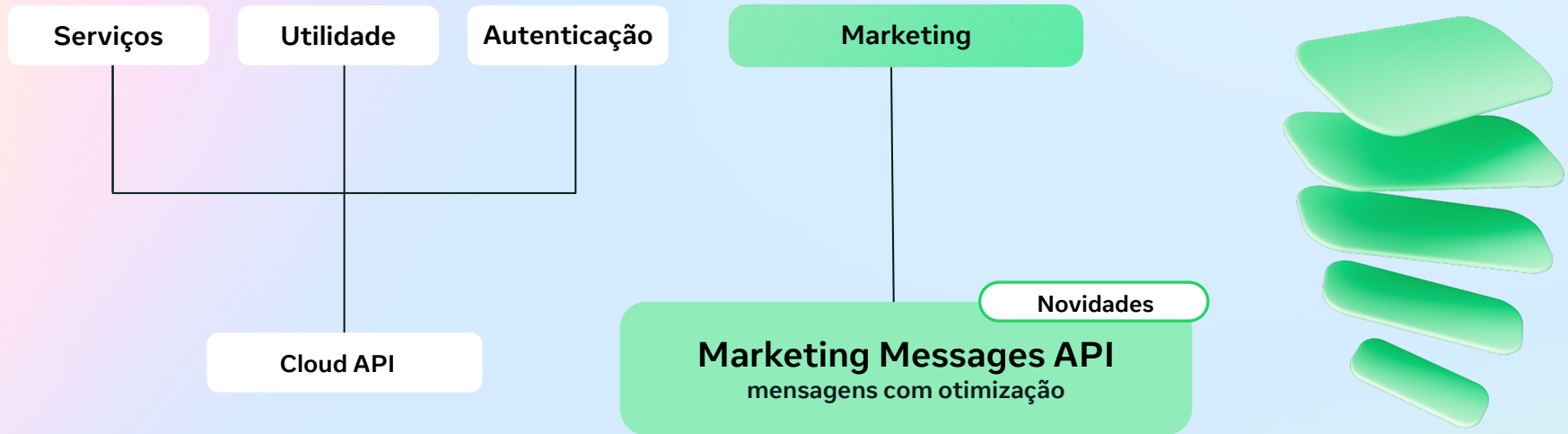


Economize tempo e esforço

É fácil integrar a API de mensagens de marketing. Depois, basta enviar uma mensagem, e a Meta irá automatizar a otimização.



Como a Marketing Messages API funciona junto com outras APIs



As mensagens não otimizadas de atendimento, utilidade e autenticação continuam na Cloud API

Use o número de telefone da conta do WhatsApp Business (WABA) e os modelos de mensagens já existentes

Use a Marketing API para enviar mensagens, as respostas dos clientes voltam normalmente pela Cloud API

Otimização de entrega da Marketing Messages API em 4 passos

1

Você envia

A empresa seleciona o cliente e o número de telefone para enviar a mensagem.

Use o mesmo número da sua conta WhatsApp Business e seus modelos de marketing já existentes.

2

A Meta checa a qualidade

Mensagens podem não ser entregues em caso de bloqueio pelo usuário; filtro de spam; pausas no modelo por baixa taxa de leitura ou alta taxa de feedback negativo; limite de mensagens de marketing por usuário

3

A MM API otimiza

A IA avalia se a mensagem é de alto engajamento (por exemplo, as mais lidas) e otimiza a entrega, direcionando para clientes que tem maior probabilidade de valorizá-la.

4

Você alcança mais

A entrega é, no mínimo, igual à da Cloud API. Nas mensagens de alto engajamento, os limites são mais dinâmicos e você chega a mais gente.

É a mensagem certa para quem quer receber.

Book now 12:20 ✓



Free
One night on us

You've reached Platinum status!
Here's one free night for your loyalty, on us!

11:59

[Book now](#)

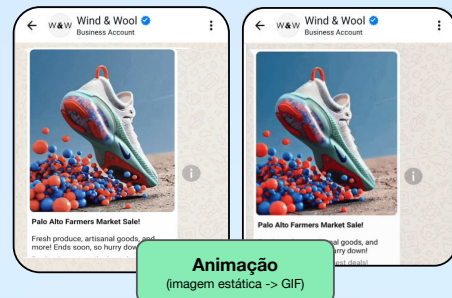
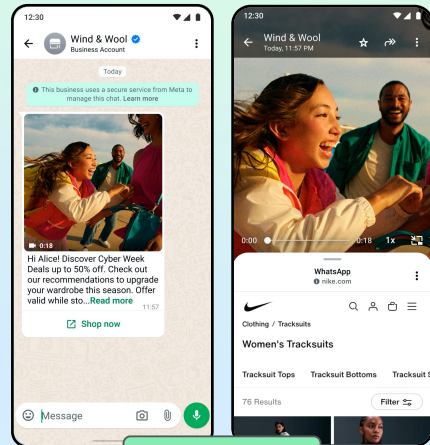
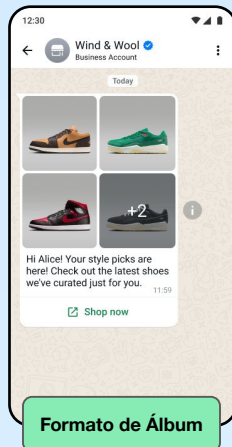
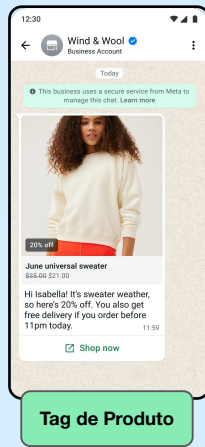
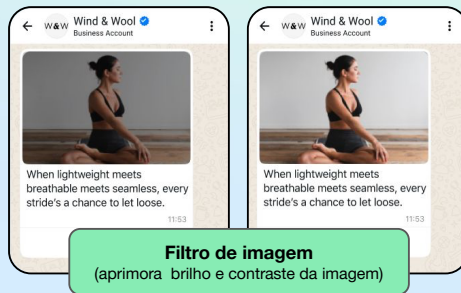
Otimizações criativas automáticas e novos formatos de mensagem

Inspirada no Advantage+ a Meta testa variações e aplica a que performam melhor.

Otimizações automáticas disponíveis hoje:

- Filtro de imagem: aplica os filtros mais eficazes na imagem de cabeçalho.
- Extração de título: cria um título a partir do seu texto.
- Título da área de toque: Destaca a informação principal no botão.
- Formatação de texto: Ajusta espaços e negrito. O conteúdo não muda.

Novos formatos: Formato de Álbum, Assistir e Navegar, Tag de Produto.



Mas você mantém o controle: é possível desativar por modelo ou por conta.

Nova ferramenta de ROI: preço máximo e estimativa de alcance

Configure um preço máximo e veja uma estimativa de alcance para otimizar seus investimentos com a Marketing Messages API*.

- ✓ Custos mais baixos
- ✓ Segmentos mais amplos
- ✓ Melhor taxa de entrega

Template Name: Order Update
Category: Marketing

Header: None Text Image/Video

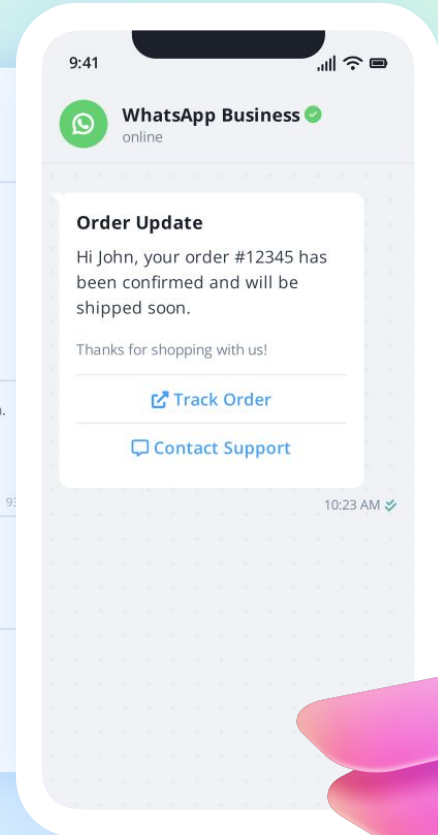
Body Text: {{1}} {{2}} {{3}} + Add Variable

Hi {{1}}, your order {{2}} has been confirmed and will be shipped soon.
Thanks for shopping with us!

Footer (Optional): e.g., Reply STOP to unsubscribe

Max Price Amount per 1,000 messages (INR): ₹ 500

Enter amount in whole numbers





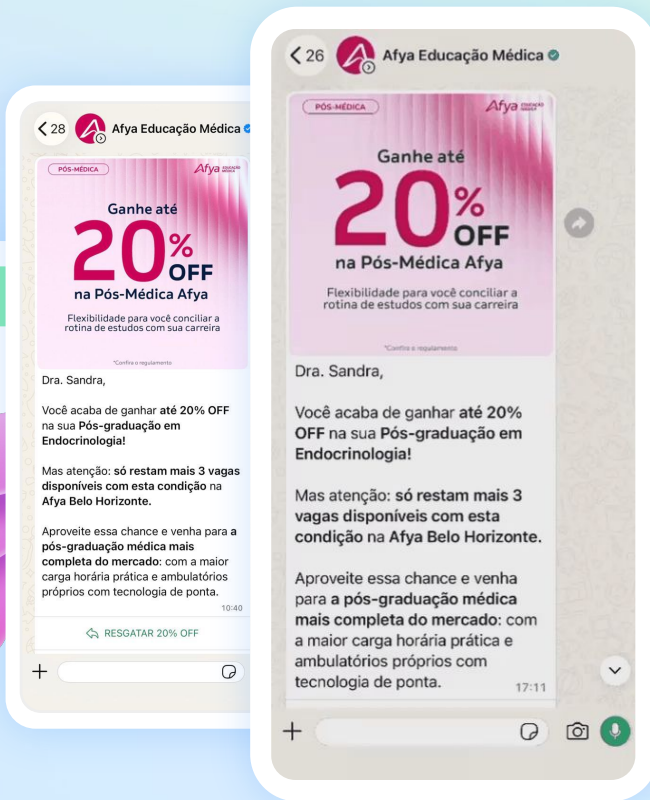
WhatsApp como motor de geração de receita

→ Objetivo

- Gerar novas oportunidades comerciais e monetizar a audiência de médicos que já estavam na base Afya.
- Diminuir a dependência de mídia paga, controlando CAC.

→ Solução

Colocar as mensagens de marketing no centro da estratégia de aquisição, utilizando eventos de rastreo e a MM Lite API para personalizar a jornada e maximizar a entrega.



+79%
no volume de oportunidades comerciais (YoY)

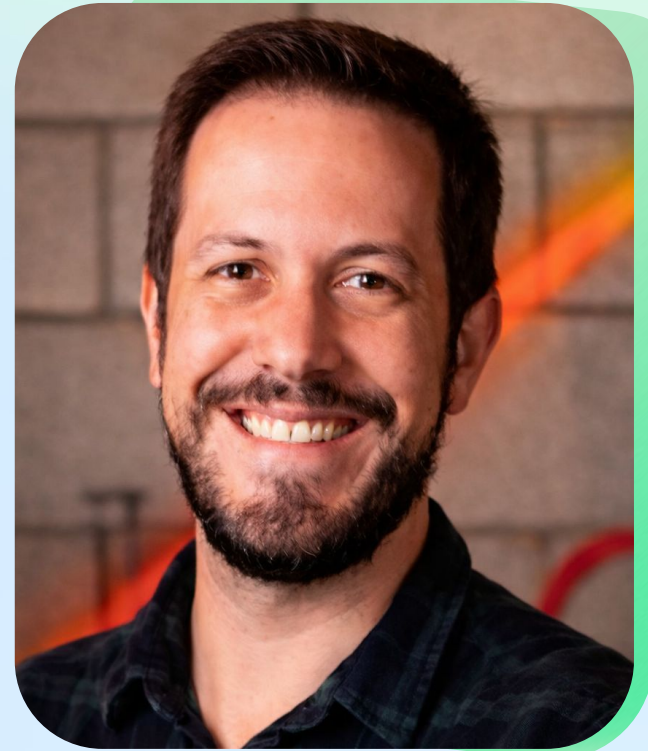
+58%
de receita bruta gerada pelo canal (YoY)

~44%
oportunidades com origem rastreada (vs 9,72% ano anterior)



Conversas e negócios

Soluções para a experiência contínua



Rodrigo Toscano
Strategic Partner Manager
Meta

Diversificar as categorias de mensagem otimiza as conversas e cria experiências engajadoras

Iniciada pelo usuário



Anúncios de clique para o WhatsApp



Serviço

Iniciada pela empresa



Utilidade

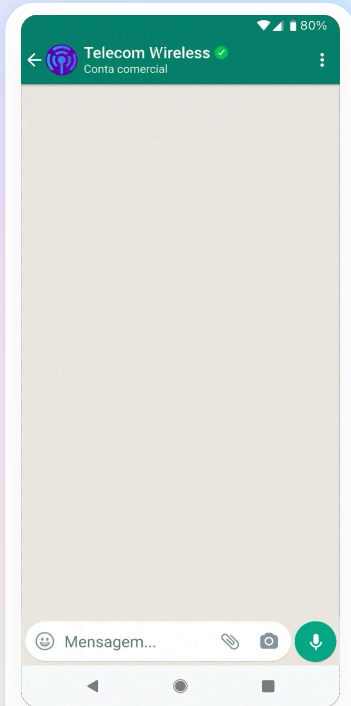


Marketing

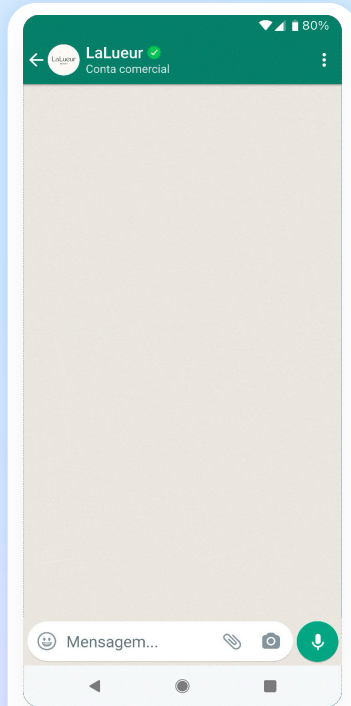


Autenticação

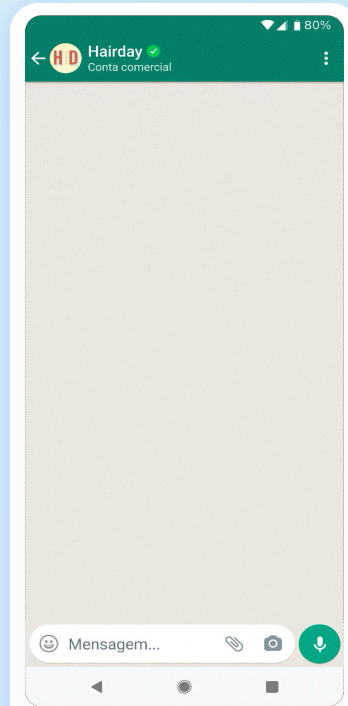
Casos de uso comuns completando jornadas E2E



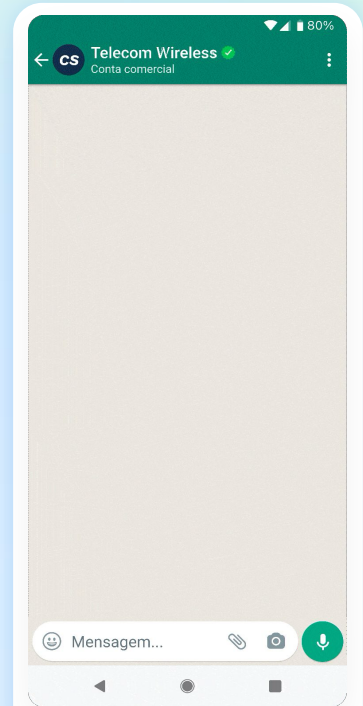
Alertas e atualizações de conta



Atualizações de envio do pedido



Lembretes de compromisso



Envio de fatura

Evolução de casos de uso de mensageria

Da transmissão ao assistente inteligente

Fase 1: One-Way



Fase experimental com foco em disparos massivos e informativos de via única. Comunicação unidirecional, sem interação com o cliente.



Fase 2: Fim a Fim



Início das experiências de conversa simples, apoiadas em Chatbots. Troca de informações com clientes oferecendo experiências mais completas e bidirecionais.



Fase 3: AI



Com a adoção de LLMs e Gen AI, os Chatbots evoluem para verdadeiros assistentes inteligentes, ampliando capacidades e personalizando experiências em escala.

Fase 1: One-Way

Migração de casos de uso em SMS



- Taxa de leitura do usuário impactando KPIs de negócio
- Mensagens ricas como botões e confirmação possibilitando novos fluxos de negócio (1 way becoming 2 way)
- Redução de custos de envio:
 - Rate cards mais baratos e Descontos por volumes de mensagem
 - Mensagens de Whatsapp são cobradas no recebimento enquanto SMS no envio!

Fase 2: Fim a Fim • Fase 3: AI

Criação de jornadas completas para o usuário



- Fluxos determinísticos + AI suportando janelas de atendimento
- Mensagens de Marketing e anúncios de CTWA como ferramentas de aquisição
- Ambos modelos suportados por mensagens de utilidades para a entrega de informações relevantes na relação do usuário com a sua marca:
 - Confirmação de agendamento
 - Conformação de instalação
 - Tracking de entrega
 - Alerta de fraudes
 - Horário de serviços
 - Envio de faturas e comprovação de pagamentos



DICA

Uso de iniciativas de IA + Ecossistema de Parceiros

Carolina Freitas

Staff Product Manager,
QuintoAndar



WhatsApp como Motor de Engajamento no Encerramento de Contratos

→ Desafio

- Apenas 22% dos proprietários eram ativos no app nesta etapa da jornada.
- Taxa de resposta em 30% (conversas curtas e sem retorno desejado).
- Como impacto tínhamos atrasos em vistorias e reparos, alto custo com follow up de analistas e fricção em um dos momentos mais sensíveis da jornada.

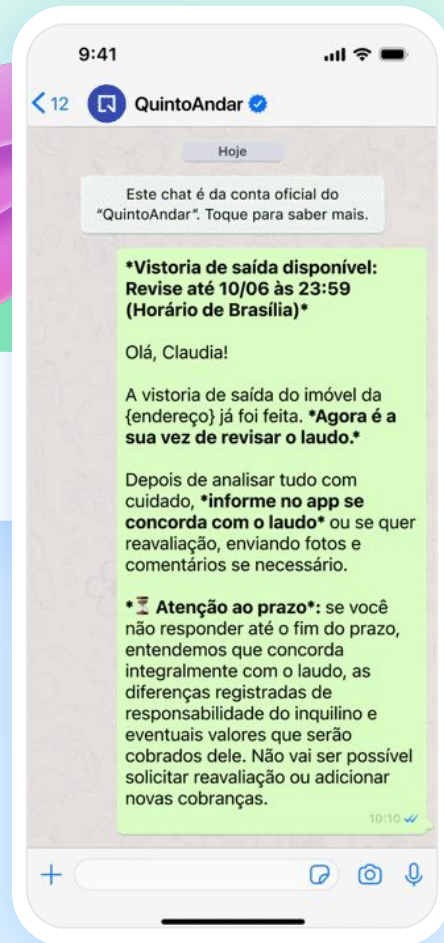
→ Solução

Ir onde o cliente já está! Migração de 100% do fluxo de encerramento para o WhatsApp:

- Jornadas automatizadas via Salesforce e atendimento humano via Twilio.
- Destruar o fluxo de ponta a ponta - e, com ele, o imóvel.

→ Alvo

- + **Resposta:** Destruar o fluxo operacional de ponta a ponta.
- + **Eficiência:** Reduzir o tempo perdido com tentativas sem retorno.
- + **NPS:** Transformar o processo de rescisão em uma boa experiência.



Clientes mais presentes através de Mensagens de Utilities

→ Objetivo Alcançado

O WhatsApp
provou ser o
canal certo

+ resposta
+ conversa
+ continuidade.

Taxa de Resposta

30%

Antes Via App

79%

Depois Via WhatsApp

163%
de Crescimento

Interações

2X

Mais interações na
conversa no Whatsapp
do que via App

Maior
engajamento

NPS

+6.6p.p





Conversas e negócios

Soluções para pagamentos

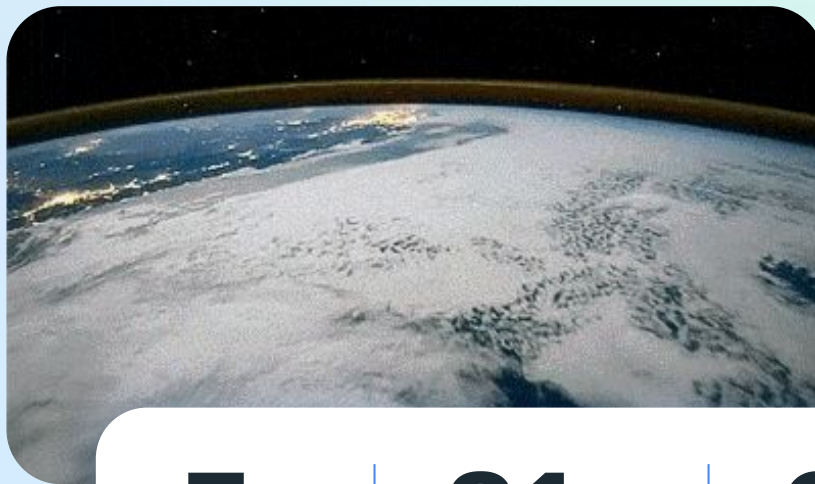


Juliana Campiotto
Product Marketing Manager
Meta

O brasileiro faz
quase tudo no
WhatsApp



Não é só aqui. É um movimento global.



3B

de usuários mensais no WhatsApp¹

81%

conversam com uma empresa semanalmente²

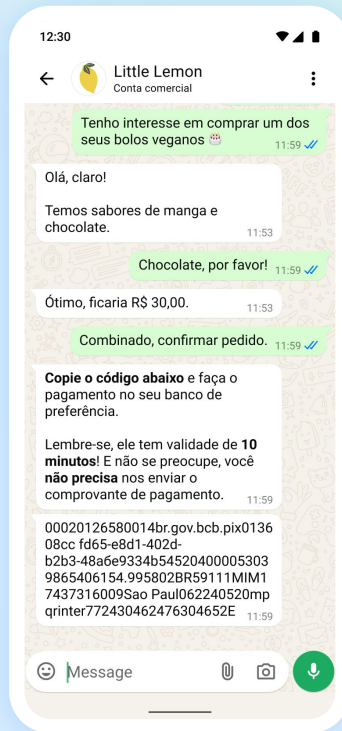
65%

preferem comprar por mensagem do que ir a uma loja²

Disponível no Brasil

Removemos o atrito do pagamento

Não processamos o pagamento e não guardamos as credenciais de cartão de crédito; apenas facilitamos a ação.



Antes



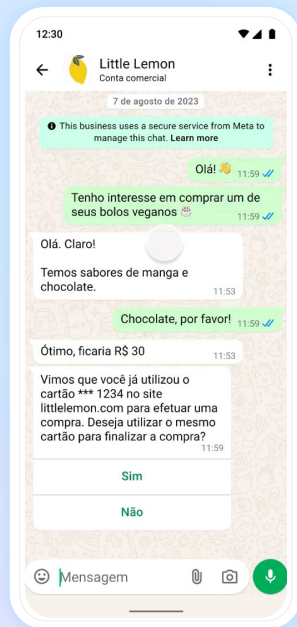
Depois

Experiências superiores de pagamentos

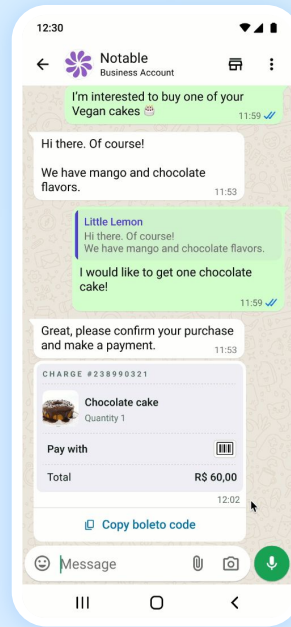
Pix com redirecionamento



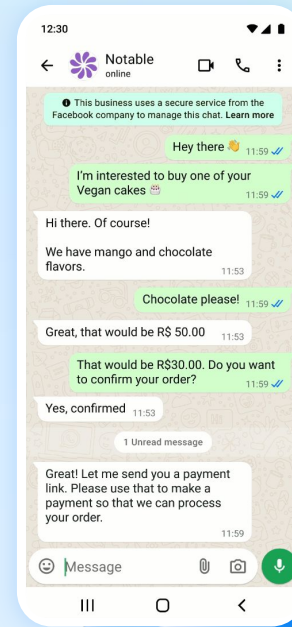
Cartão em um clique



Boleto



Link de pagamento



Comércio conversacional com IA em larga escala no WhatsApp

Assistência em todas as etapas,
desde a descoberta de produtos e
recomendações até a finalização e
rastreamento de pedidos.

Taxa de conversão **3x** mais alta que a observada
no site e no app do Magalu*

85

pontos de Net
Promoter Score*

75%

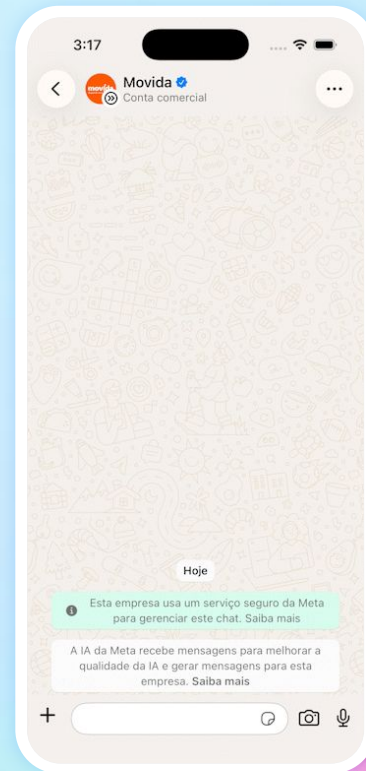
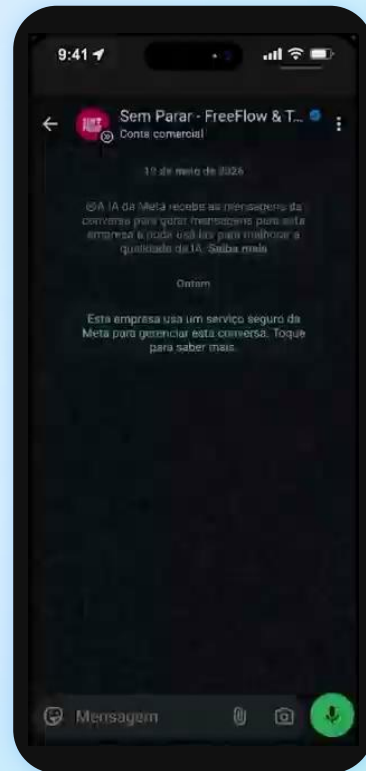
dos pagamentos feitos usando
Pix copia e cola no WhatsApp*





Meta Business Agent Platform

Fale com seu
representante na Meta
para saber mais.





Conversas e verticais

Um mergulho em diferentes indústrias



Mariana Taiani
Strategic Partner Manager
Meta

A mensageria para negócios na Meta traz melhores resultados em todo o ciclo do consumidor **quando comparada aos canais tradicionais**

Aumento médio nos leads gerados

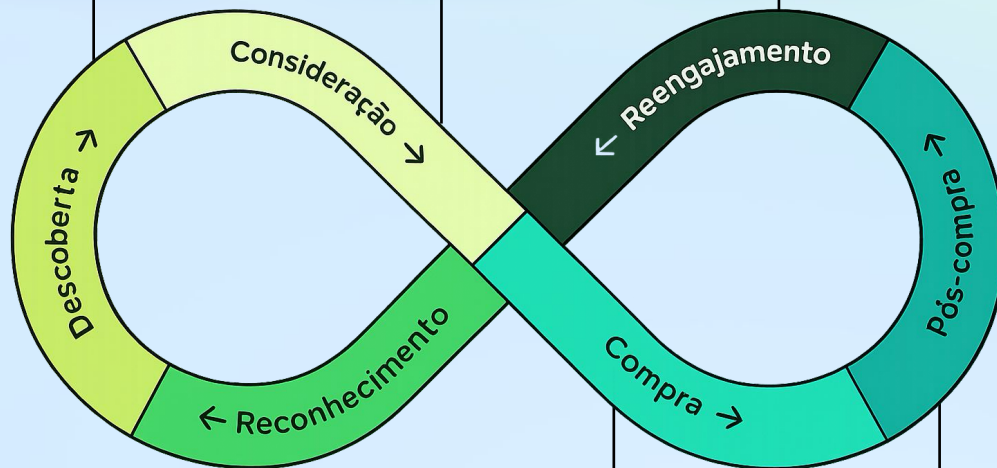
62%

Aumento das taxas de conversão

53% SMS
61% E-mail
87% Outros apps

Taxas de desistência de clientes

64% antes
51% depois



ROAS
Retorno médio aprimorado sobre o investimento em publicidade

61%

Aumento do valor do pedido

22%

Aumento da produtividade

54%

Instituições financeiras entregam jornadas seguras, inclusivas e conectadas através das mensagens



Impulsionadores de mudança

Necessidades do setor

1

Ambiente regulatório complexo

Alta sensibilidade de dados financeiros e padrões rigorosos de conformidade exigem comunicação segura e verificável em todas as interações.

2

Diversidade de maturidade digital

Instituições financeiras atendem uma ampla gama de usuários, desde os digitais até os dependentes de agências, exigindo opções flexíveis de engajamento.

3

Relacionamento multi-produto do cliente

Clientes engajam em contas, empréstimos, cartões e serviços, esperando comunicação consistente e unificada do seu banco.



Entregando a mudança

Capacidades do canal

>

Comunicações confiáveis e em conformidade

Canais devem suportar criptografia, identidade verificada e rastreabilidade para atender expectativas regulatórias e de segurança.

>

Diversidade de maturidade digital

Instituições financeiras atendem uma ampla gama de usuários, desde os digitais até os dependentes de agências, exigindo opções flexíveis de engajamento.

>

Relacionamento multi-produto do cliente

Clientes engajam em contas, empréstimos, cartões e serviços, esperando comunicação consistente e unificada do seu banco.

A mensageria permite que varejistas operem em escala

Atualizações confiáveis, jornadas conectadas e experiências personalizadas



Impulsionadores de mudança

Necessidades do setor

1

Intensidade transacional alta

Opera com grandes volumes de atualizações operacionais em pedidos, entrega, retirada e devoluções

2

Integração omnichannel

Opera com grandes volumes de atualizações operacionais em pedidos, entrega, retirada e devoluções

3

Competição baseada em personalização

Empresas se diferenciam através de recomendações personalizadas, ofertas direcionadas e experiência de cliente individualizada



Entregando a mudança

Capacidades do canal

>

Confiabilidade operacional

Deve suportar atualizações de alta frequência e sensíveis ao tempo para pedidos, entregas e eventos de serviço

>

Integração de jornada completa

Seleção de canal depende da capacidade de conectar fluxos de navegação, compra, retirada e pós-compra

>

Personalização em escala

Canal deve permitir segmentação, conteúdo dinâmico e direcionamento comportamental em escala

As mensagens em diversos formatos podem ajudar o setor de educação

Melhoria de comunicação com alunos e responsáveis de forma clara, segura e integrada

Impulsionadores de mudança

Necessidades do setor

1

Paisagem institucional fragmentada

Sistemas educacionais abrangem instituições públicas, privadas e híbridas com maturidade digital variável e infraestrutura legada

2

Picos sazonais de comunicação

Ciclos de admissões, exames e resultados geram picos previsíveis de volume de contato

3

Engajamento digital e híbrido

Instituições dependem de plataformas digitais para gerenciar presença, tarefas e suporte ao aluno

Entregando a mudança

Capacidades do canal

>

Integração flexível

Canais devem se adaptar a sistemas e fluxos de trabalho diversos em diferentes tipos de instituições

>

Entrega escalável e automatizada

Canais devem suportar mensagens agendadas e acionadas em escala para gerenciar picos previsíveis com eficiência

>

Comunicação simplificada e focada no aluno

Canais devem entregar atualizações acionáveis que reduzem volume de chamadas e melhoram a experiência do aluno e dos pais



- ✓ Escala
- ✓ Segurança
- ✓ Personalização



WhatsApp para bens de consumo

Masterclass com Smarters



Pietro Bujaldon

Co-fundador e CEO
Smarters

Sobre a Empresa

Quem somos

Uma empresa de tecnologia, parceira estratégica da Meta há mais de 10 anos e pioneira no desenvolvimento de AI Agents para Marketing Conversacional.

O que fazemos

Criamos agentes conversacionais que combinam plataforma proprietária, IA e dados para impulsionar aquisição, relacionamento e crescimento no WhatsApp.

Quem atendemos

Grandes empresas e marcas que operam em alta escala e exigem soluções robustas, seguras e personalizadas para a jornada do cliente.



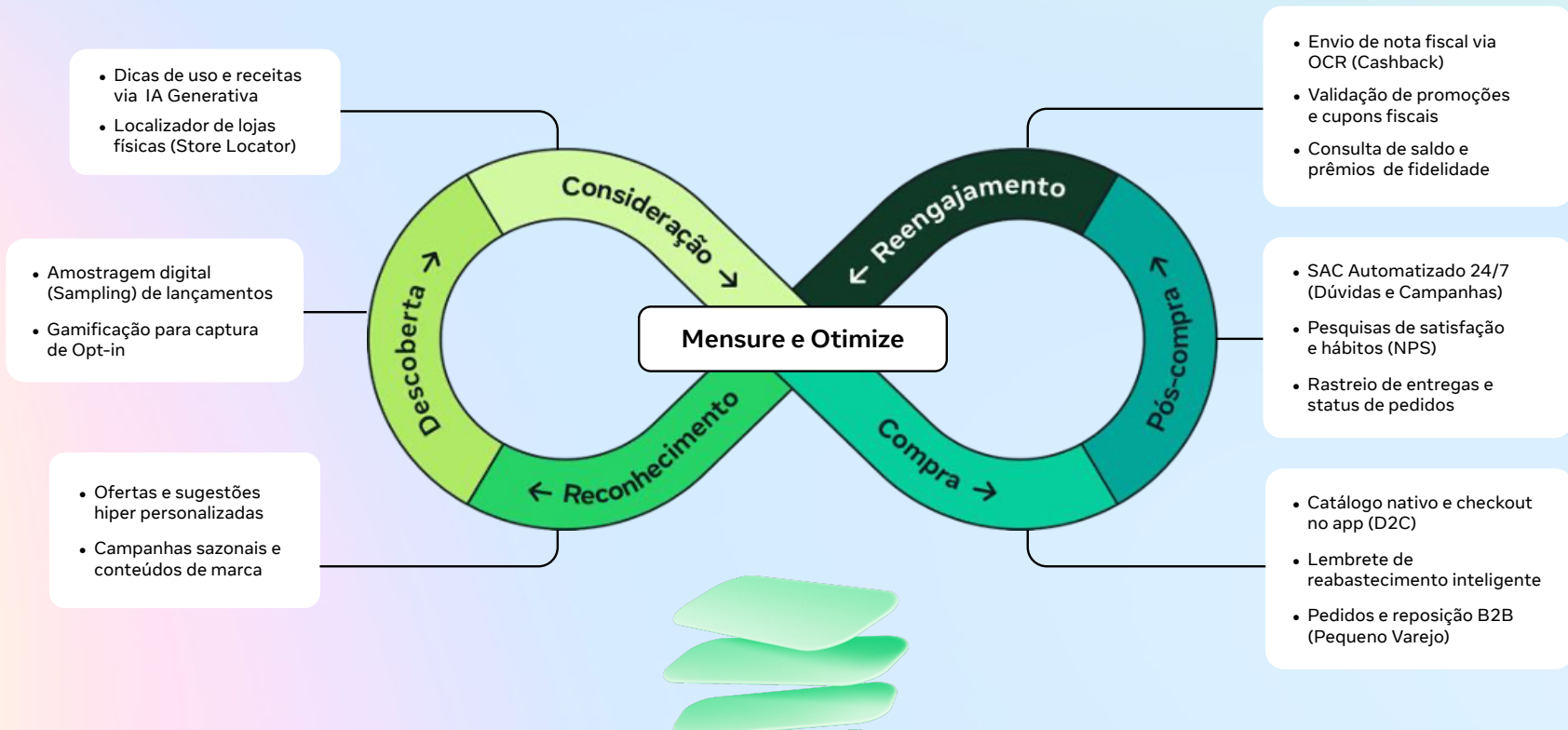
AI agents

Conversational Marketing

Todo mundo conversa
do jeito que agente conversa

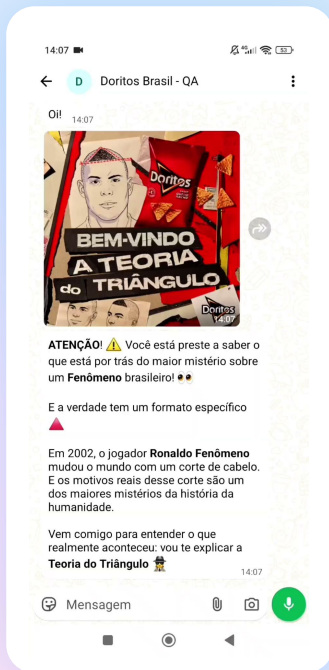
WhatsApp: um ciclo de vida completo para bens de consumo

Combine tipos de mensagens e experiências de conversa interativas para desbloquear mais oportunidades de **construção de marca, participação em promoções e campanhas de engajamento**

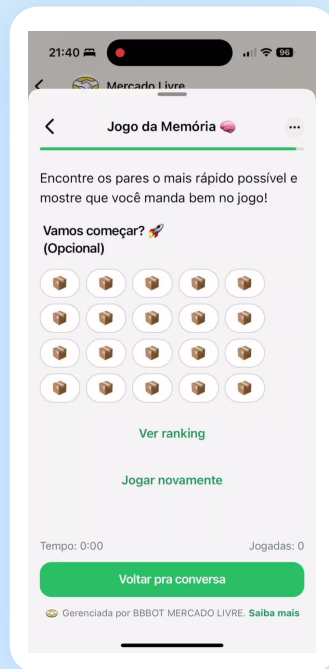


Experiências de marca | Gamificação

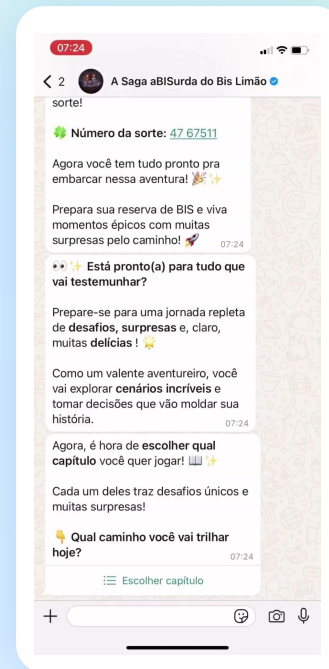
Topo de funil | Awareness



Quebra-cabeça



Jogo da memória



Jogo de RPG

Experiências de marca | UGC

UGC = Geração de conteúdo pelos usuários



Reels Dump

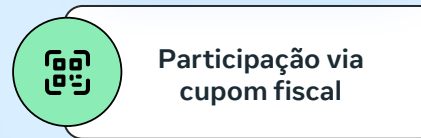
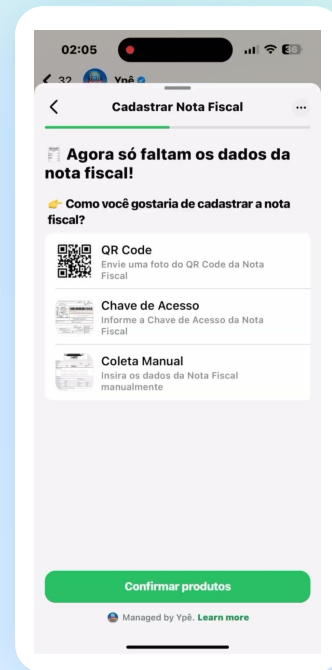
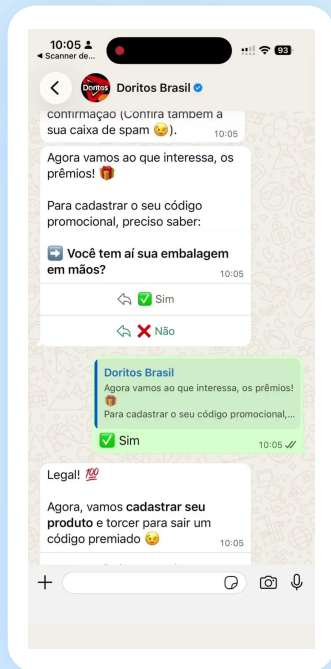
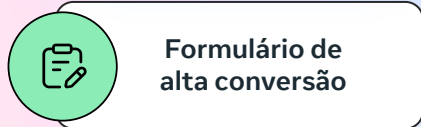
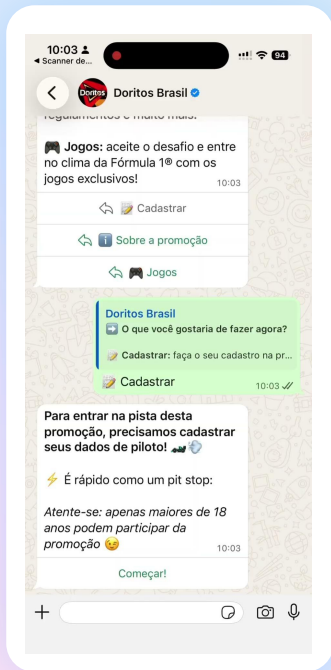


Imagem via AI

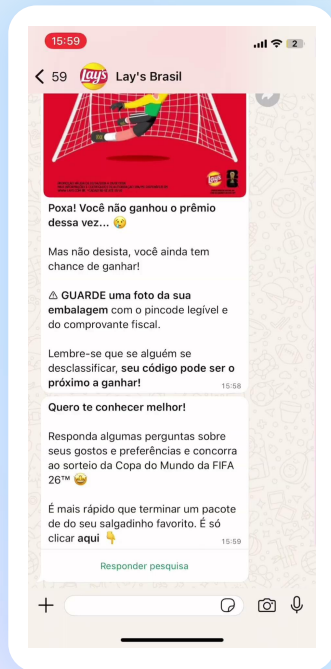


Personalização

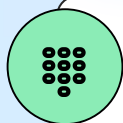
Conversão | Fidelização | Loyalty



Enriquecimento de base | Venda



Enriquecimento de dados



Compra via marketplace

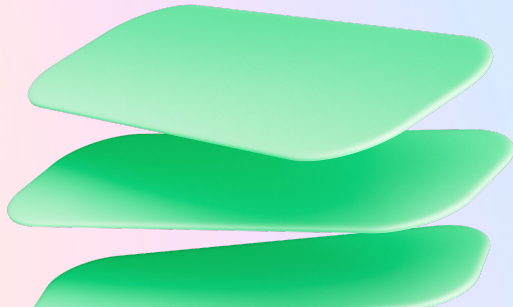
Lay's, PepsiCo e WhatsApp: uma história de sucesso





WhatsApp para bens de consumo

Um caso de sucesso



Erivan Junior

Gerente de CRM, Promoções e Dados
PepsiCo



Tem LAYS[®], Tem Jogo



Objetivo

Associação de marca e consumo de LAYS[®] no território de futebol combinado com alto engajamento via promoção de portfólio

Desafio

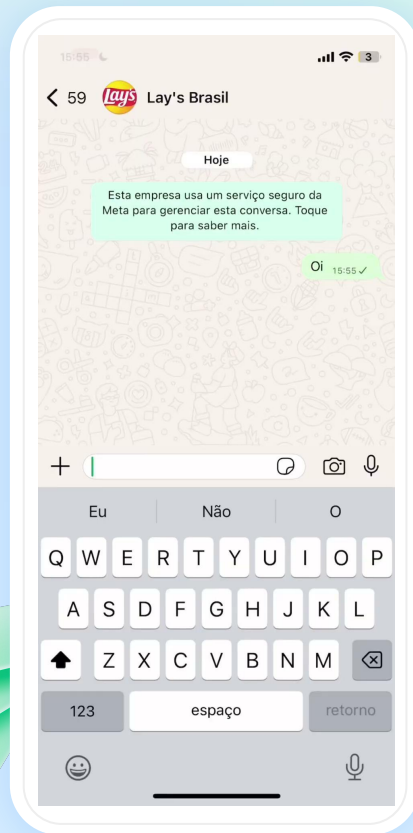
WhatsApp como ferramenta de cadastro e experiência de consumidor

Solução

WhatsApp Flows como ferramenta com diversos conteúdos interativos - cadastro na promoção facilitado, criação de convites e experiências de watch party e gameficação

Resultados além dos números

Expansão da ação de WhatsApp para +30 países durante a Copa do Mundo da FIFA 2026 ativando o patrocínio global



2 meses

dobrar o enriquecimento de perfis (vs 2 anos)

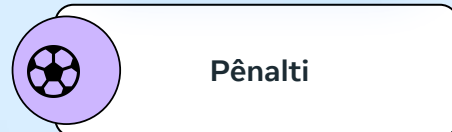
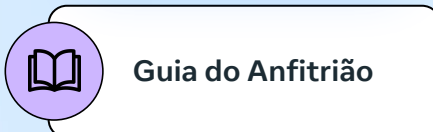
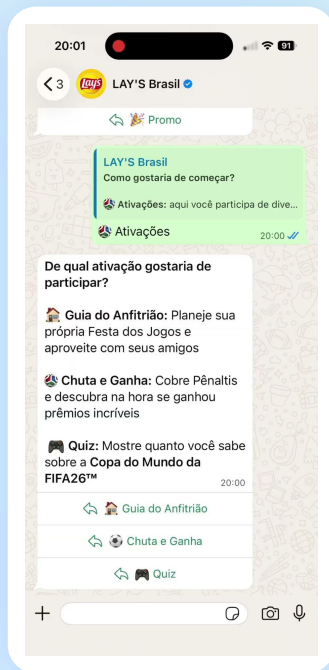
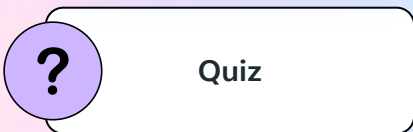
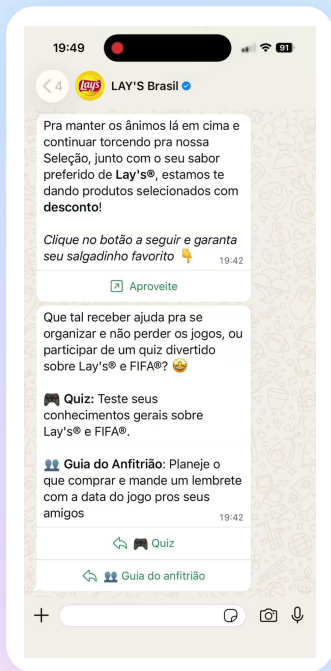
1^o lugar

globalmente em usuários registrados

2,1 pincodes

pós whatsapp messages (+100% vs período pré mensagens)

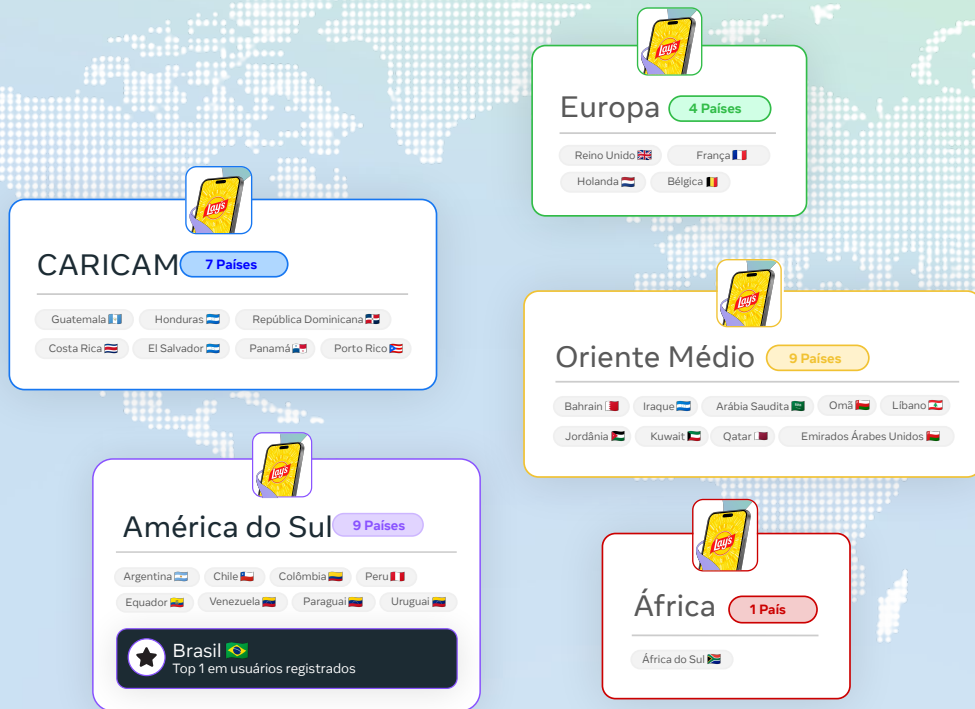
Ativações de marca via WhatsApp | Lay's



Alcance Global do nosso Agente de Pepsico | Lay's

31
Países

6
Idiomas





WhatsApp para o varejo e e-commerce

Masterclass com Blip



Guilherme Barcellos

Value Design Manager
Blip



O consumidor já escolheu o WhatsApp.

O desafio agora é fazer com que a experiência entregue esteja à altura dessa escolha.





Muitos varejistas já possuem estratégias de Whatsapp, mas nem todos estão fazendo isso bem.



Conversas que não evoluem

10,6% das notificações viram respostas.

Oportunidade: transformar mensagens em diálogos relevantes.



Demandas que não se resolvem

67% dos consumidores não conseguem resolver tudo pelo canal.

Oportunidade: oferecer suporte completo.



Receita que não se concretiza

72% dos carrinhos são abandonados.

Oportunidade: remover fricções e atuar proativamente.



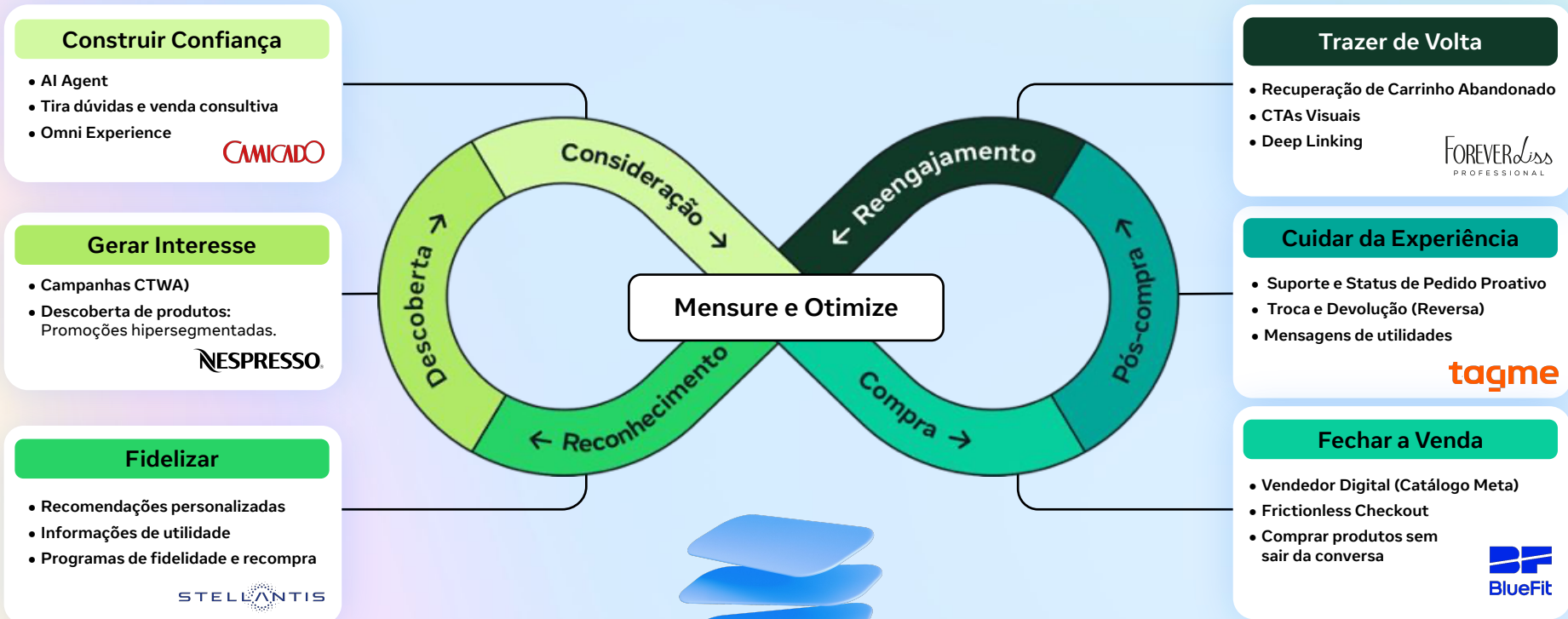
Muitos fazem pouco, mas poucos fazem muito.

Grande parte dos varejistas possuem estratégias no Whatsapp, mas não contemplam todas as jornadas de vendas.



Arquitetura de uma jornada de vendas no WhatsApp

Do primeiro contato à fidelização: descubra se você está entregando a experiência completa que o consumidor espera.





Leroy Merlin, Blip e WhatsApp

Transformando atendimento em vendas



Ricardo Alves
Head de Vendas Digitais
Leroy Merlin



WhatsApp como motor de eficiência e crescimento de vendas

0.5%

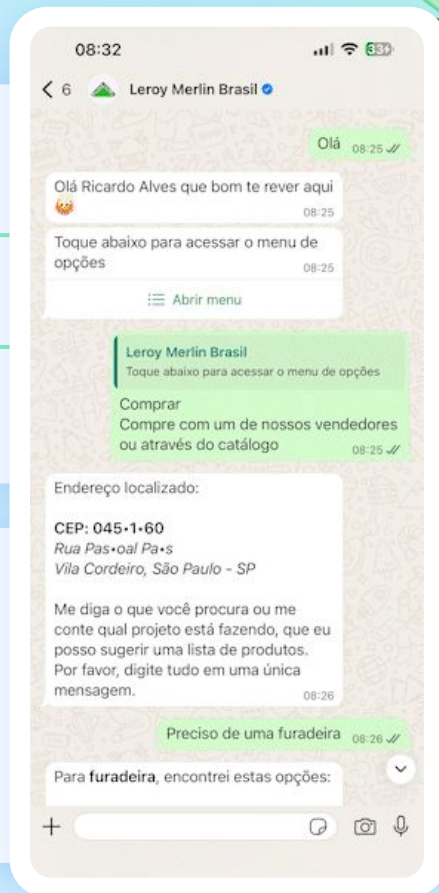
Taxa de
abandono
A menor taxa da história

-80%

Redução
TME

111MM

Gross
Merchandise
Volume





WhatsApp para o setor financeiro

Masterclass com Twilio



Eric Tech

Senior Strategic Account Executive
Twilio

Tendências do Mercado Financeiro

A convergência entre IA, redução de custos operacionais e a onipresença do ecossistema móvel no Brasil.

Canais In-App



Migração do tráfego de SMS para Push e Mensageria In-App.

IA Generativa: Voz e Auditoria em Tempo Real



Agentes de Voz de Próxima Geração.

Ecossistema PIX + WhatsApp



Transformar o WhatsApp em um canal diretor de transações financeiras.

Desafios Estratégicos do Setor Financeiro

1

Aquisições de Clientes

Custo da aquisição continua aumentando

- Baixa Conversão de Leads
- Abandono durante Onboarding
- Fraude Cadastral

2

Engajamento e Ativação

Conta aberta não é sinônimo de Cliente Ativo

- Conta sem movimentação
- Cartão emitido, mas não utilizado

3

Atendimento e Eficiência

Melhorar o CSAT

- Diminuir tempo de resposta
- Escalar atendimento
- Reduzir custos operacionais
- Mais automação

4

Lembrança de Pagamento e Recuperação de Crédito

- Inadimplência crescente
- Custos elevados de operação
- Baixa taxa de Contato

5

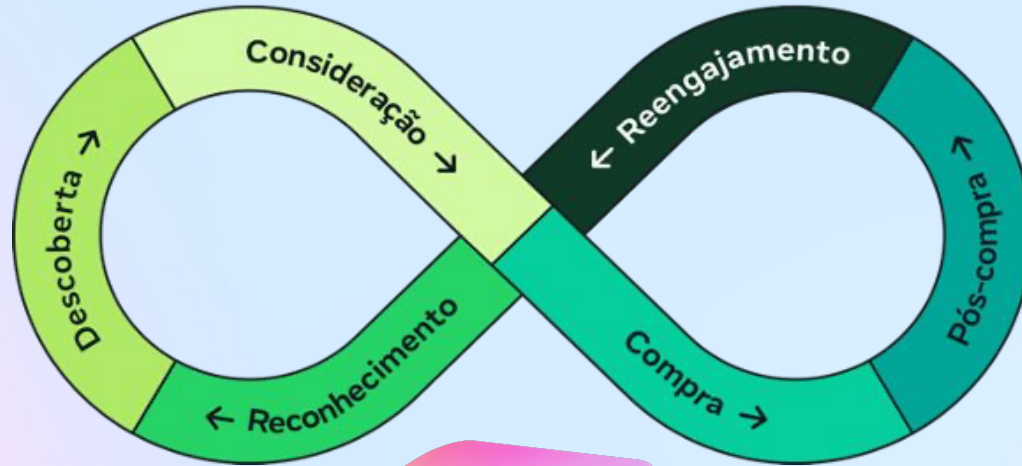
Confiança e Segurança

Custo da aquisição continua aumentando

- Fraudes
- Phishing
- Account Takeover (Roubo de Dados)


WhatsApp: Um ciclo de vida completo para serviços financeiros

Combine tipos de mensagens e experiências de conversa interativas para desbloquear mais oportunidades de aquisição de clientes, cobranças e upsell.



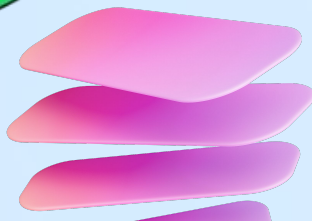
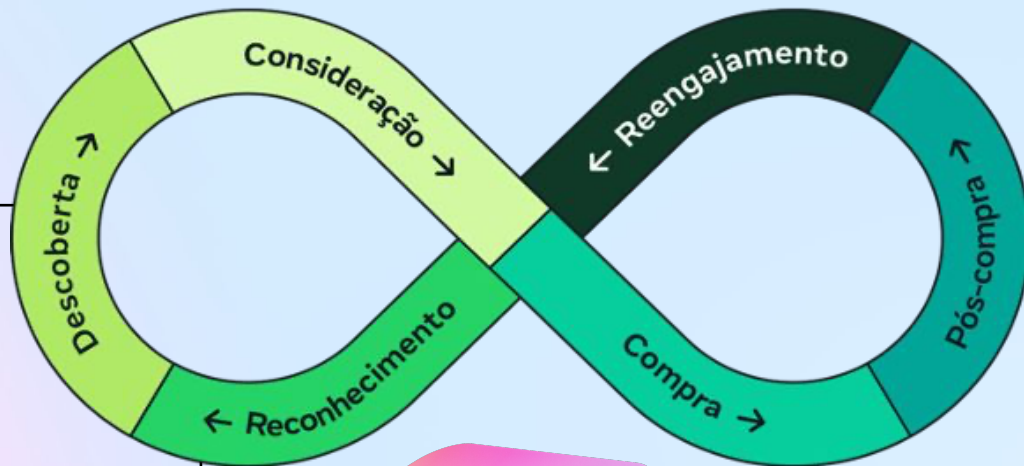
WhatsApp: Um ciclo de vida completo para serviços financeiros

Combine tipos de mensagens e experiências de conversa interativas para desbloquear mais oportunidades de aquisição de clientes, cobranças e upsell.

 **-30%**
no CAC

- Descoberta de novos produtos e ofertas via Clique para Whatsapp
- Mensagem de finalizar cadastro

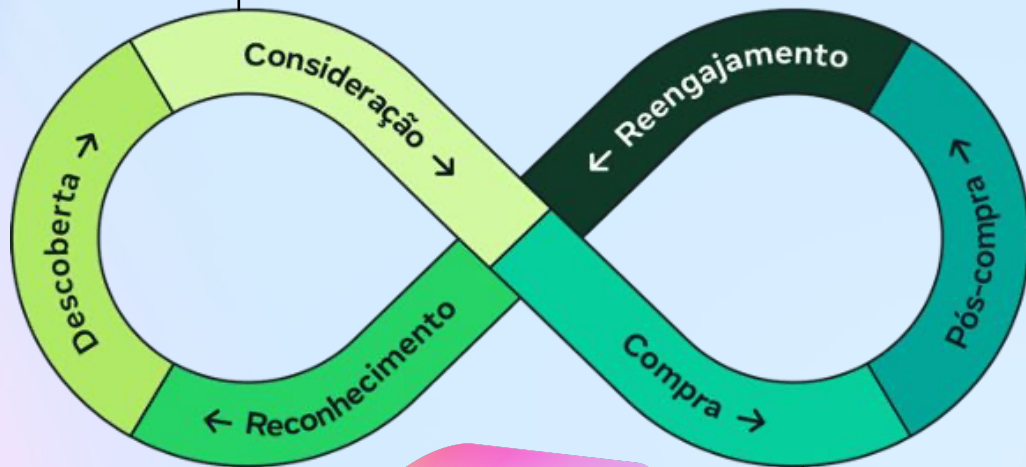
- Dicas personalizadas sobre finanças
- Recomendações de investimentos



WhatsApp: Um ciclo de vida completo para serviços financeiros

Combine tipos de mensagens e experiências de conversa interativas para desbloquear mais oportunidades de aquisição de clientes, cobranças e upsell.

- Marcar reuniões com gerentes
- Informações sobre produtos

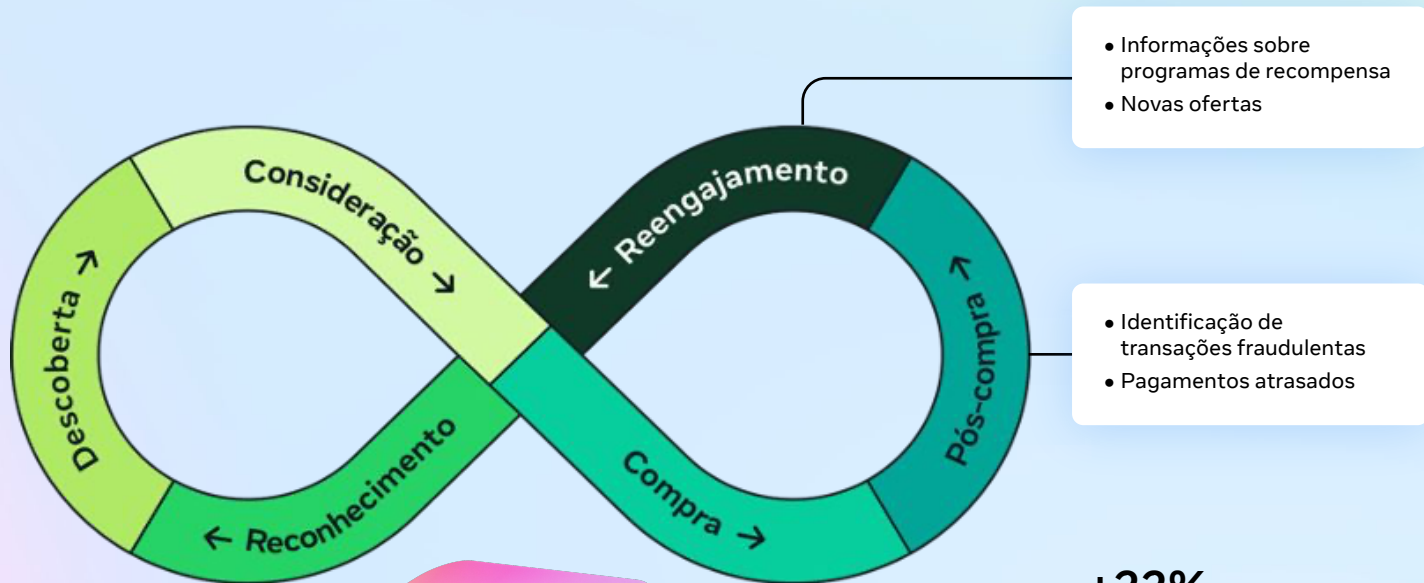


+40%
taxa de conversão
de contas abertas

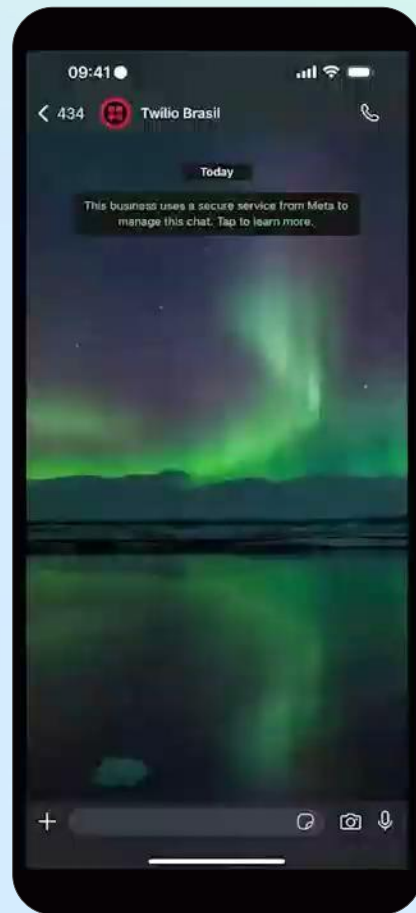
- Abertura de conta
- Aquisição de produtos
- Contratação de crédito

WhatsApp: Um ciclo de vida completo para serviços financeiros

Combine tipos de mensagens e experiências de conversa interativas para desbloquear mais oportunidades de aquisição de clientes, cobranças e upsell.



Tudo em uma única
conversa: **Voz e Texto**



Exemplo

Código PIX solicitado
pelo cliente

Banco Inter e WhatsApp: uma história de sucesso





WhatsApp para o setor financeiro

Um caso de sucesso



Camilla Mariani

Head Conta Digital
Banco Inter

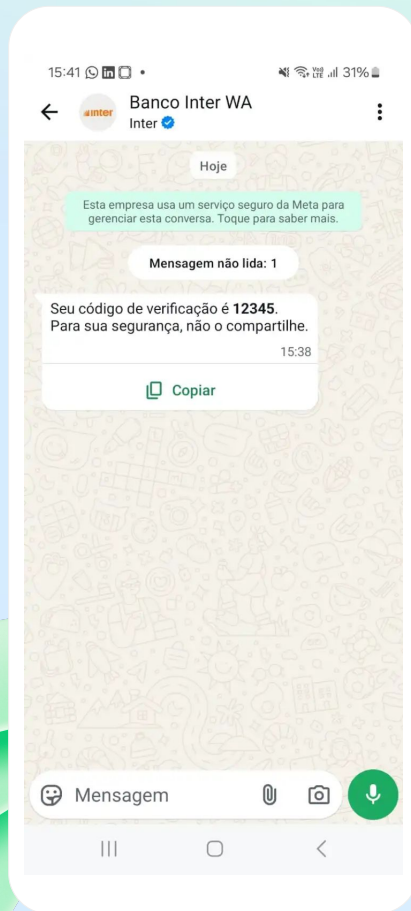
O futuro dos Pagamentos no Brasil

 **inter** +  **twilio**



Melhorando as taxas de conversão com o envio de mensagens de autenticação OTP no WhatsApp

O Banco Inter utiliza o envio de senhas descartáveis por celular para validar a abertura de novas contas e a redefinição de senhas. Com o objetivo de aumentar a eficácia e reduzir custos, a instituição procura uma alternativa ao SMS, que era o canal utilizado exclusivamente até então.



8pts

de aumento nas taxas de verificação de novas contas em comparação com SMS*

10pts

de aumento nas taxas de redefinição de senha em comparação com SMS*



Seven pelo WhatsApp

Banking completo,
onde o cliente está, no
formato que ele quiser.



Prático



Sem fricção

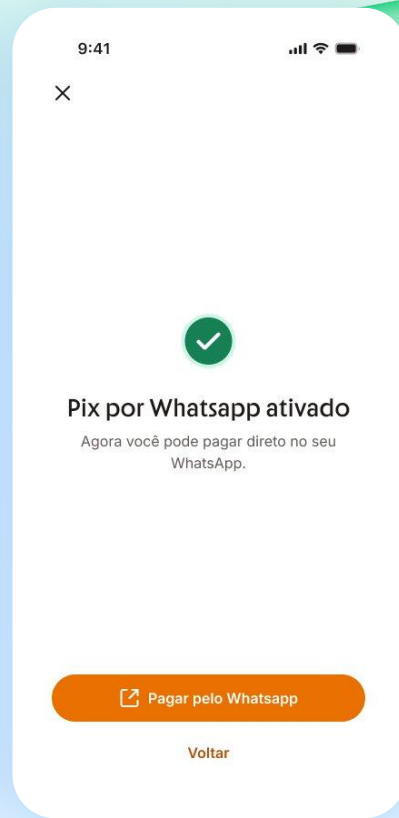
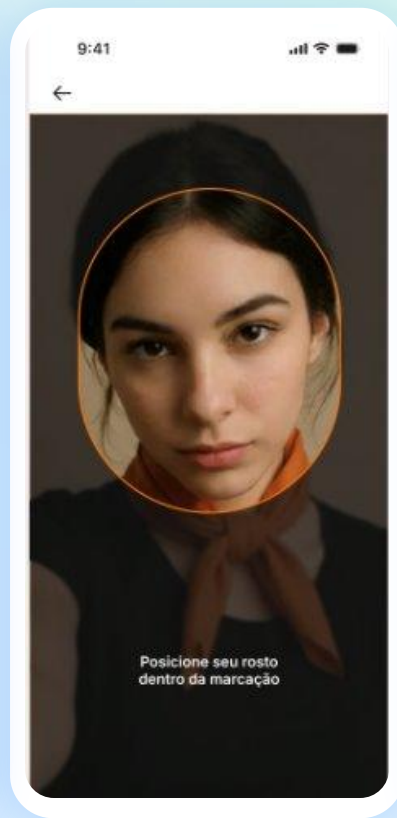


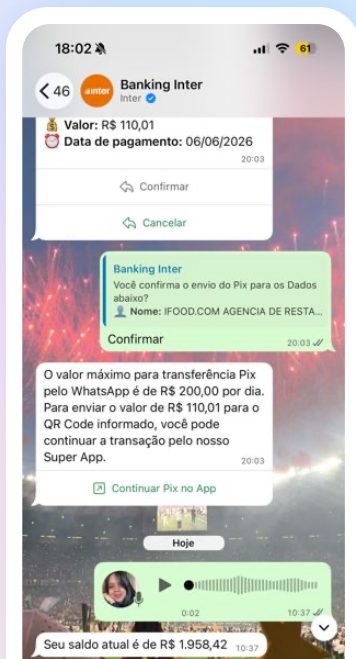
Seguro



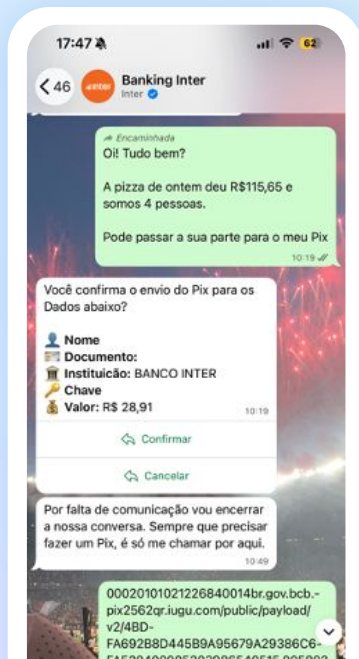
Inovação Inter

Segurança

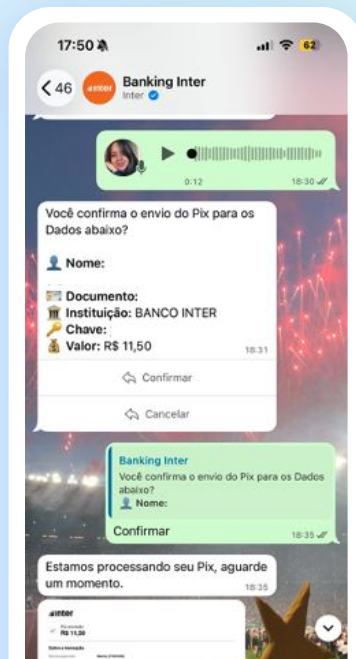




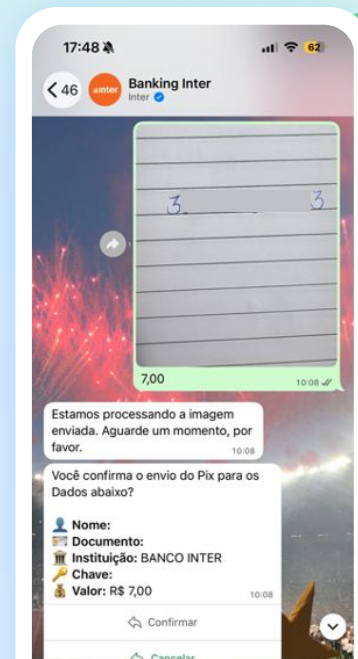
Consulta de saldo por áudio



Encaminhamento de msg e divisão de conta.



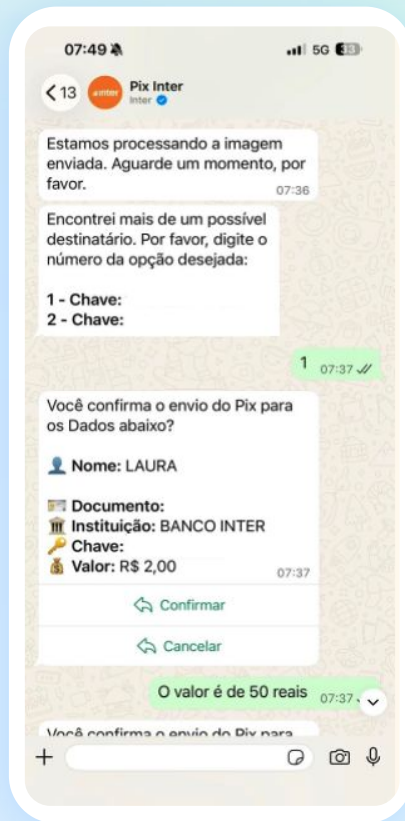
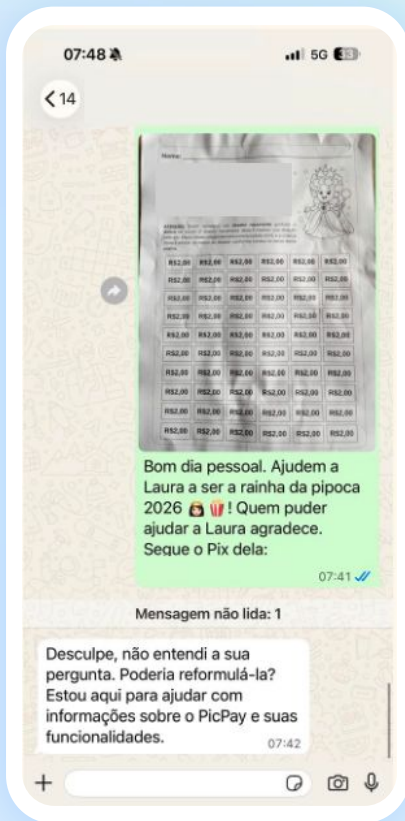
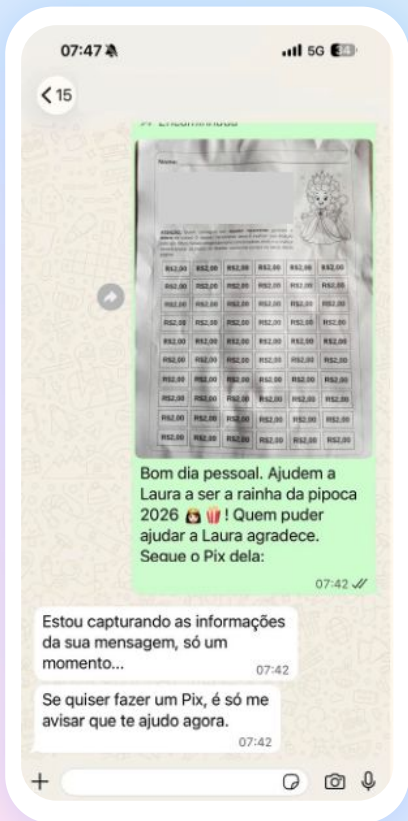
Pix por áudio



Chave escrita



Seven pelo WhatsApp





Seven

A IA do
Inter que
Entende
e Resolve



+5M
Interações



+40 Mil
Transações



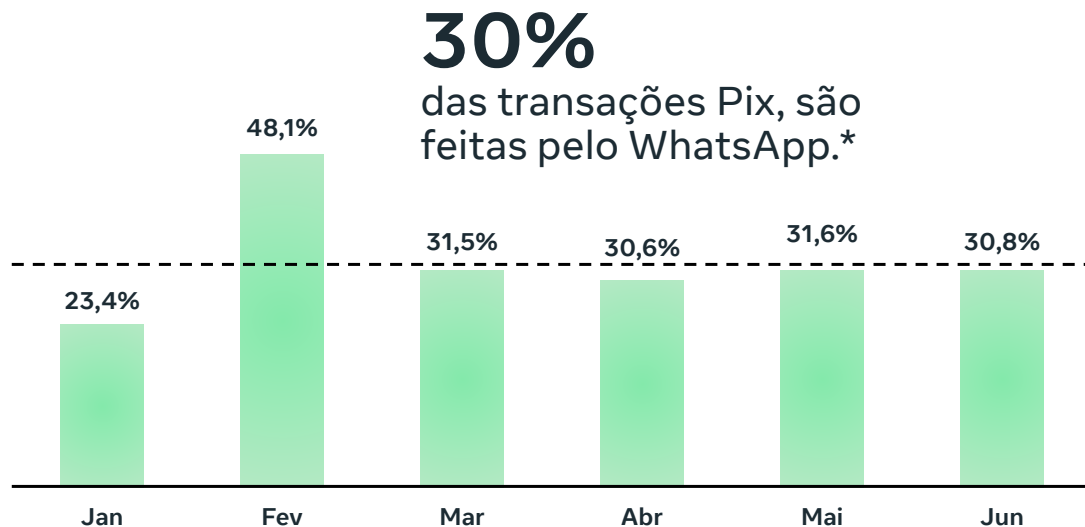
+18 Mil
Usuário únicos utilizando o Pix.





Pix pelo WhatsApp

O WhatsApp tem presença consistente



Pra mim, quanto mais próximo o banco for do nosso dia a dia, melhor! O Inter conseguiu juntar a segurança e praticidade que eu já tinha no app, com uma experiência de uso muito legal! Ah, e fazer por áudio deixa tudo ainda mais fácil! - **Carlos Clark**



O Pix por áudio é daquelas coisas que a gente nem percebe quando vira essencial. Você está correndo, ocupada, recebe uma mensagem urgente e resolve em segundos, só de falar. Sem abrir app, sem digitar, sem estresse. É tecnologia que realmente entende como a gente vive. - **Claudia Campolina**

Como tudo se conecta



O futuro é
conversacional e já
está acontecendo.





WhatsApp para educação

Masterclass com Botmaker



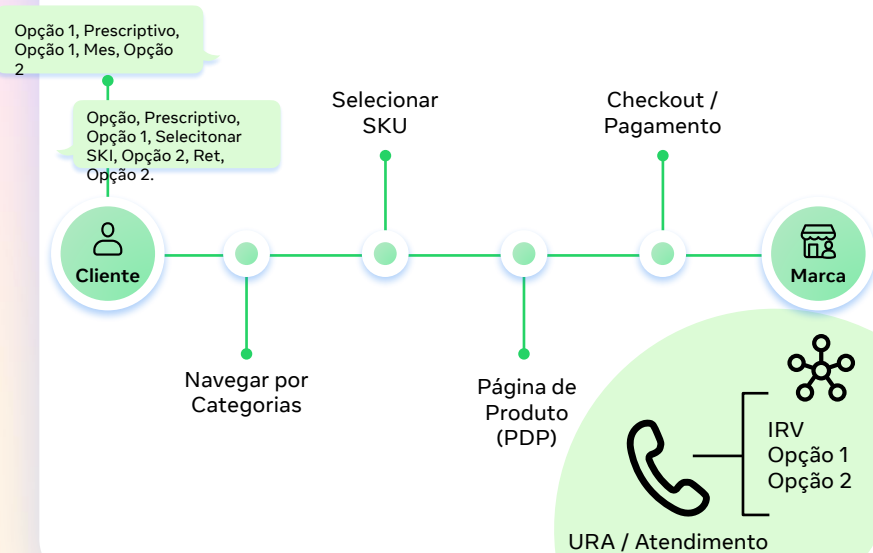
Erick Buzzi
Country Manager Brazil
Botmaker

Nos últimos 20 anos,
a estratégia digital foi
construída em cima
de cliques...

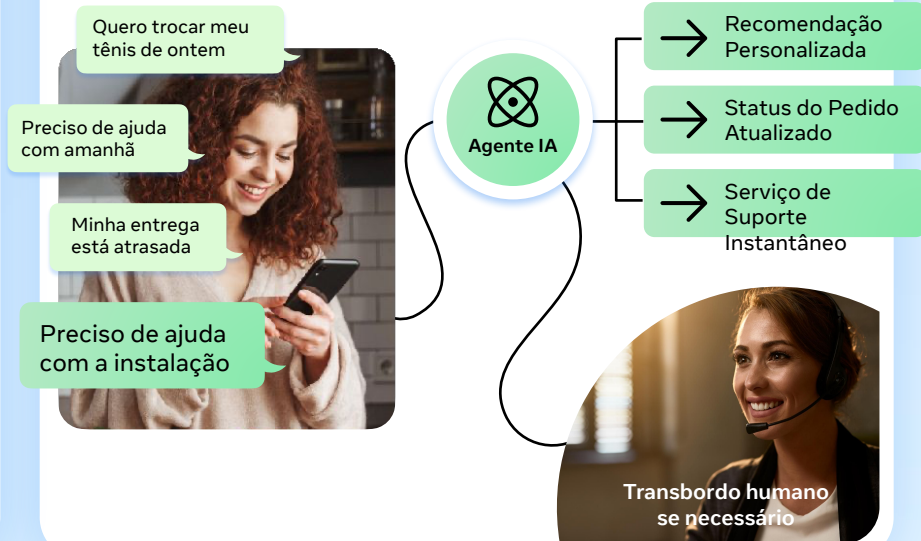
Nos próximos, ela
será construída em
cima de conversas.

Antes vs Agora

A Jornada Definida pela Marca



O Cliente é Protagonista na era do IA



Por que conversar funciona melhor



Humanização
Conexão emocional
gera confiança

77%

preferem se
comunicar por
mensagem



Personalização
Respostas adaptadas
às necessidades reais

79%

confiam mais em
empresas que
conversam



Imediatismo
Resoluções rápidas,
assíncronas e sem fricção

80%

querem
mensagens
personalizadas

O que o cliente espera

- Respostas imediatas
- Experiências personalizadas
- Resolver tudo em um só lugar
- Não repetir informações
- Ser atendido como indivíduo não como ticket

O cliente espera que a conversa não só responda, mas que resolva sua necessidade, do início ao fim.



Conversational First

Quando a conversa deixa de ser um canal...
e passa a ser o ponto de partida e resolução de tudo.

- Não é sobre canal
- Não é sobre bot
- É sobre como a empresa opera

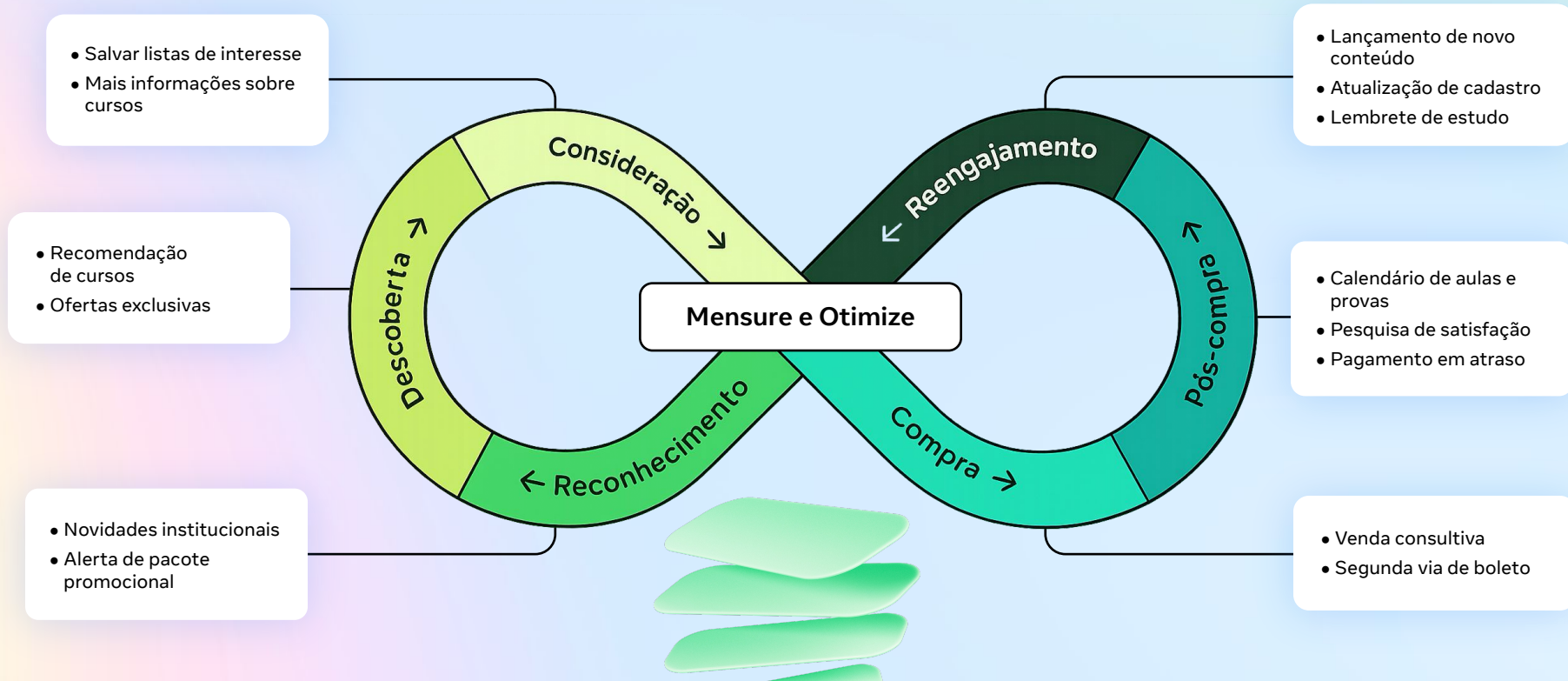
Modelo Correto

IA Conversacional como espinha dorsal, permeando todos os canais, áreas e processos



WhatsApp: um ciclo de vida completo para educação

Combine tipos de mensagens e experiências de conversa interativas para desbloquear mais oportunidades de vendas, retenção de alunos e cobranças



Estórias de education

Menos silos mais jornadas



Geração
de Leads



Envios
Promocionais



Jornadas de
Secretaria



Renovação
de Matrícula



Cobrança +
Pagamento

Descomplica, Botmaker e WhatsApp

Uma história
de sucesso





WhatsApp para educação

Um caso de sucesso

descomplica



Bruno Quintela

Líder de dados e Inteligência Artificial
Descomplica

Uma das maiores Edtechs da américa latina



2M+

de alunos já
impactados

6Mil+

vídeos gratuitos
publicados

5M+

seguidores das
redes sociais

A Jornada sem Atrito

→ Objetivo

Reduzir ao máximo o tempo entre o interesse do lead e a matrícula.

→ Desafio

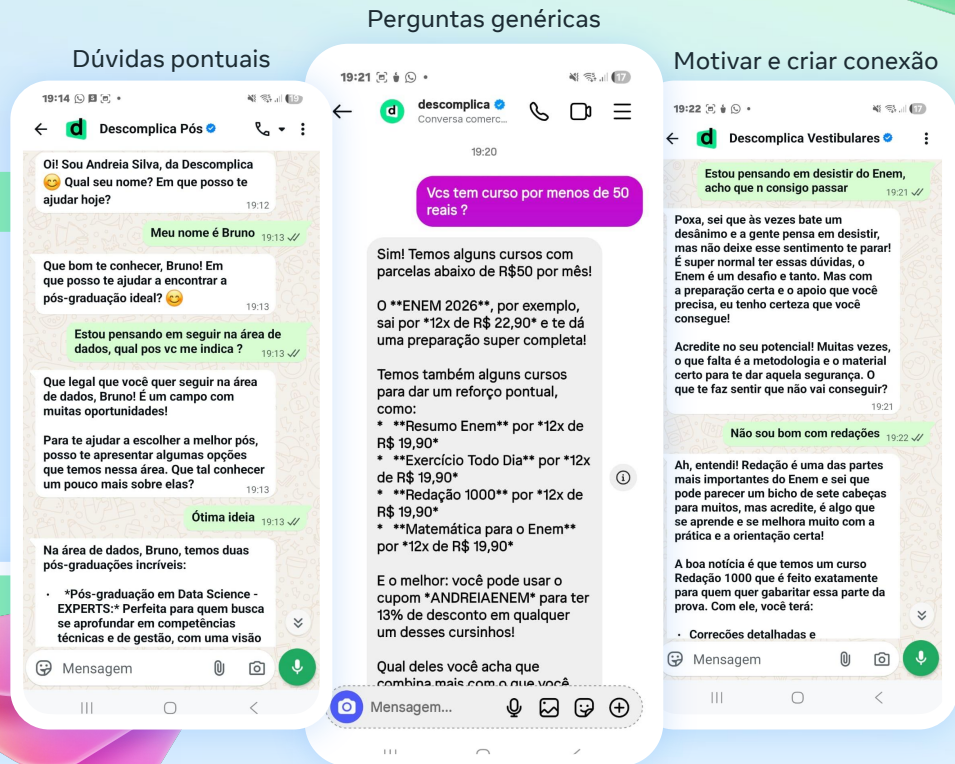
O atrito na jornada é o inimigo invisível. Cada clique a mais, cada "aguarde", é um lead perdido.

→ Solução

Viu, clicou, tirou a dúvida, comprou. Tudo no mesmo chat, sem abrir uma nova aba, sem trocar de app, sem baixar nada, sem fila.

→ Resultados além dos números

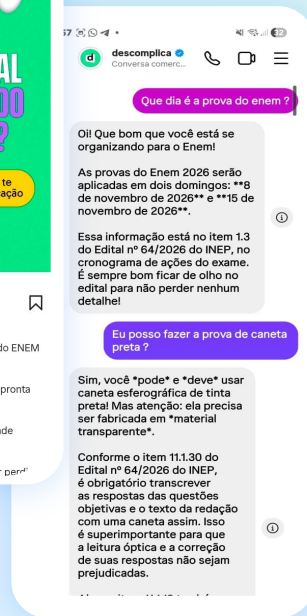
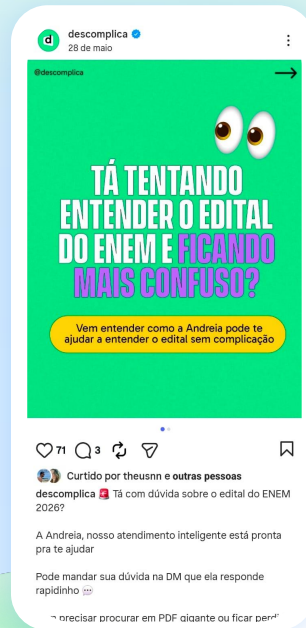
O WhatsApp deixou de ser um canal de suporte e passou a ser a principal porta de entrada e relacionamento, sem filas, sem espera.



Disponível a qualquer hora, pronto para eliminar qualquer objeção

Diferentes maneiras de atrair o lead

Não existe só o disparo de templates de mkt



Quando o lead não vem,
nós vamos até ele

73%

das conversas começam
a partir de um disparo

+660 templates
ativos

Somente em 2026, segmentação
cirúrgica, cada um para um público
e um momento específico.

60% captação **40%** relacionamento

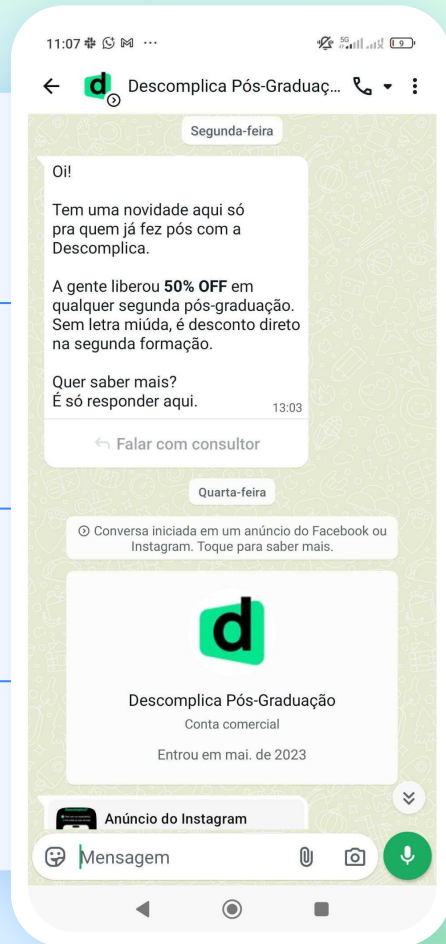
Templates cobrindo o ciclo de
vida inteiro, não só na venda

+1,3 milhões
de disparos

Segmentados, planejados, conectados a
campanhas, pensados a médio e longo prazo.

75% de taxa
de entrega

A alta taxa de entrega reflexo
de uma base saudável.



Demanda não respeita expediente

70%

das interações dos alunos acontecem fora do horário comercial

28% no fim de semana (sábado + domingo)

42% nas noites de segunda a sexta (18h–8h)

Ninguém fica esperando atendimento humano.



Nosso agente de IA “AndreIA” responde na hora!

Fazer parecido não é fazer igual

Muitas operações no mercado

X Segurança

APIs alternativas, não-oficiais, instáveis e expostas a vazamento.

X Conversão

Respondem a DM com um link para landing, quebram a conexão no melhor momento.

X Tempo

Ou deixam o lead esperando o próximo horário comercial.

Descomplica + Botmaker + Meta



Segurança

Ferramentas oficiais da Meta.
Estáveis, seguras e em conformidade.



Conversão

A conversa converte no mesmo chat,
no instante do interesse.



Tempo

Humano rápido + AndreIA na hora:
Ninguém fica na fila.

Dados que viram decisão

2B+

de interações já
foram analisadas

1.9M

de registros são
gerados todos os dias

100_{GB}

de dados para
planejar cada passo

Usando as ferramentas
da Meta do jeito certo



O lead viu. Clicou.
Tirou a dúvida. Comprou.



E agora?

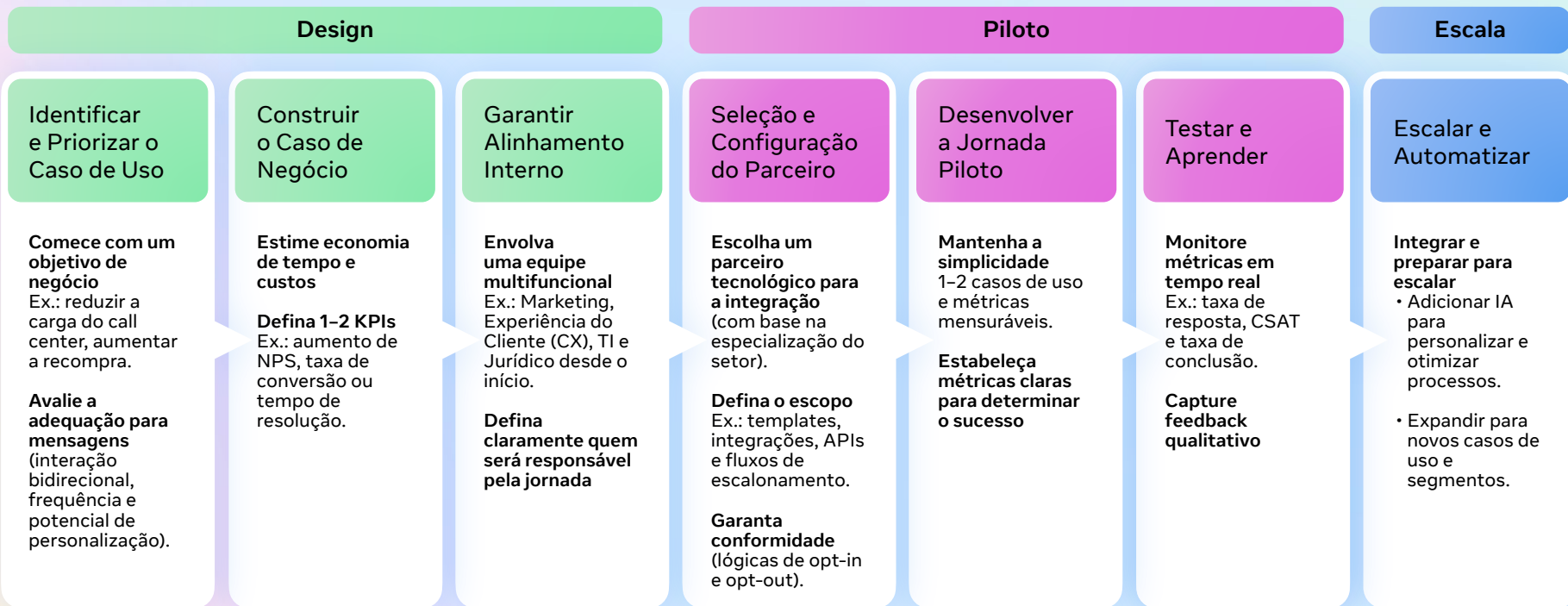
Próximos passos



Filipi Cavalcante

Channel Partner Manager
Meta

As jornadas conversacionais devem evoluir por meio de uma abordagem centrada no cliente de teste e aprendizado, revelando interações que geram resultados significativos



Mapeamento da jornada do consumidor

Objetivo

Visualizar a jornada do consumidor atual

A Atividade

Montar a persona e criar sua jornada usando o template

A

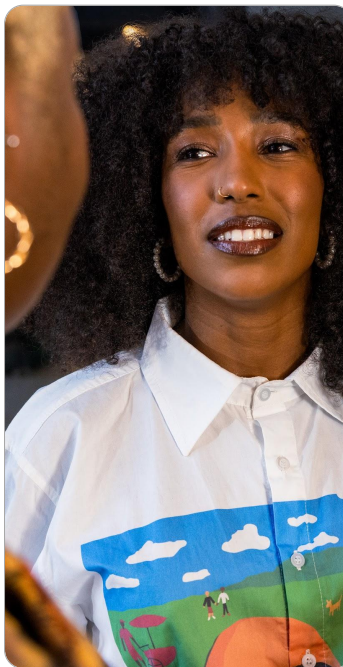
Criar uma persona que representa seu consumidor atual.

B

Criar uma jornada no template indicado.

Considere

- **Ações:** Como esta persona se relaciona atualmente com sua marca.
- **Necessidades e dores:** O que ela quer alcançar e quais são os desafios.
- **Sentimentos:** Como se sentem em cada etapa do ciclo?



Exemplo

Sally é uma profissional ocupada que gosta de estar por dentro das últimas tendências de cuidados com a pele. Ela é vegana, se preocupa com o meio ambiente e é uma membro ativa da PETA.

Ela não costuma ter tempo para fazer compras em lojas físicas devido à sua agenda e prefere fazer suas compras online para economizar tempo e dinheiro.

Exemplo: Mapeamento da jornada do consumidor

	Awareness	Descoberta	Consideração	Compra	Pós-venda	Reengajamento
Ações						
<ul style="list-style-type: none">• O que o cliente faz?• Que informações ele procura?• Qual é o contexto dele?	<p>Sally está olhando a página de um dos seus blogueiros favoritos de saúde, bem-estar e cuidados com a pele.</p> <p>Ela percebe um link de afiliado para um produto que parece interessante.</p>	<p>Sally clica no link e é redirecionada para uma página no site do produto.</p>	<p>Sally analisa a variedade de produtos e os preços para ver se gosta das opções e se pode pagar pelos produtos.</p>	<p>Sally adiciona um item ao carrinho e passa por várias etapas de confirmação e pagamento.</p>	<p>Sally verifica seu e-mail para a confirmação.</p>	<p>Sally recebe um e-mail com a introdução de um novo produto.</p>
Necessidades e dores						
<ul style="list-style-type: none">• O que o cliente deseja alcançar ou evitar?• Dica: Reduza a ambiguidade, por exemplo, usando o narrador em primeira pessoa.	<p>Quero saber mais sobre como gerenciar minha rotina de cuidados com a pele.</p> <p>O custo dos cuidados com a pele pode ser muito alto, especialmente para algo que pode acabar sendo uma compra única se o produto não combinar com minha pele.</p>	<p>Quero saber mais sobre a empresa. Principalmente se ela é uma B Corp.</p> <p>Não consigo selecionar facilmente meu tipo de pele na página.</p> <p>Visito a página "sobre nós" para ver se gosto da proposta da empresa.</p>	<p>Quero poder ver todos os produtos para minha pele e o preço que posso pagar.</p> <p>Quero ver todas as informações relevantes e saber o quão naturais são os produtos.</p>	<p>Quero fazer minha compra. Quero que a entrega seja rápida e quero ser mantida informada.</p> <p>Estou animada para receber minha nova máscara facial e experimentá-la.</p>	<p>A data de entrega informada no e-mail é 5 dias mais longa do que no site.</p> <p>Não há informações de rastreamento no e-mail.</p> <p>Estou desapontada por ter que esperar mais do que esperava para minha nova máscara facial.</p>	<p>Não tenho certeza se quero pedir deste lugar. O marketplace de beleza tem entrega gratuita mais rápida e rastreamento.</p>
Indicadores						
<ul style="list-style-type: none">• O que você espera do cliente?• Qual é o seu KPI atrelado?						

Transformando dores em soluções de mensageria

Quero saber mais sobre como gerenciar minha rotina de cuidados com a pele.

Caso de uso

Atendimento consultivo

Não consigo selecionar facilmente meu tipo de pele na página.

Caso de uso

Criação de formulário para personalização de recomendação

Estou animada para receber minha nova máscara facial e experimentá-la.

Caso de uso

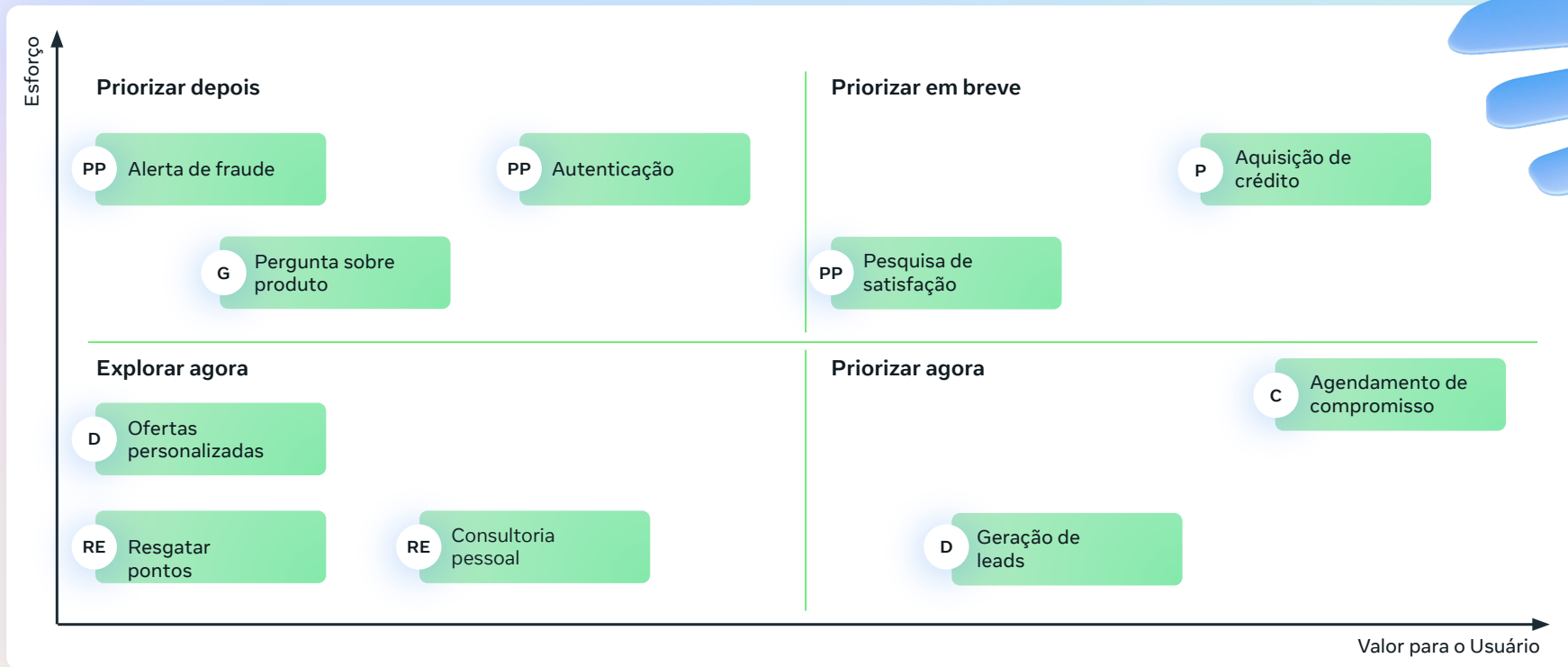
Acompanhamento de pedido e envio de informações sobre como usar.

Não tenho certeza se quero pedir deste lugar. O marketplace de beleza tem entrega gratuita mais rápida e rastreamento.

Caso de uso

Envio de promoção para recuperação de carrinho

Heatmap: Valor X Esforço



A Awareness

D Descoberta

C Consideração

P Compra

PP Pós-vendas

RE Reengajamento

Obrigado!





Conversations