Principais Insights do Blip id 2025:

Inteligência para transformar negócios

blip id

Introdução

Em 2025, o Blip id consolidou-se como **o maior evento de IA Conversacional e Experiência do Cliente do mundo,** reunindo especialistas, executivos e líderes de grandes marcas para discutir o presente e o futuro da interação entre empresas e consumidores.

Este report foi criado para entregar a você uma síntese clara e prática dos principais insights apresentados no evento. Aqui, reunimos **tendências, aprendizados e oportunidades de negócio** que impactam diretamente empresas de médio e grande porte, sempre conectados à realidade de **marketing, vendas, atendimento e customer care.**

Mais do que um resumo, este material é um guia estratégico: mostra como a IA, a automação, o social listening e a visão omnichannel estão moldando a próxima geração de experiências. Destacamos também o papel da Stilingue, solução de inteligência em social listening da Blip, como um recurso essencial para antecipar comportamentos, interpretar dados em escala e transformar insights em ações práticas.

O Blip id nasceu com um propósito claro: ser o local onde as conversas do futuro começam. E este report traduz exatamente isso - os caminhos para transformar conversas em resultados de negócio, agora.

- Mariana Hatsumura, VP de Marketing da Blip.

O maior evento de IA conversacional do mundo em dados.

A 4° edição do Blip id consolidou-se como a maior referência global em IA Conversacional, reunindo líderes, especialistas e marcas de todos os segmentos.

Os números confirmam o alcance e a relevância do evento.

"Where the conversations of the future begins" — o lema do Blip id ganha vida quando olhamos para esses dados: um evento de escala global que transforma conversas em resultados de negócio.

+ de 4 mil

participantes representando segmentos como tecnologia, varejo, finanças, telecom e muito mais.

84 palestrantes

entre as maiores mentes de tecnologia, inovação e customer success

3 palcos

conectando conhecimento, prática e inovação.

+20 horas

de conteúdo interativos, demonstrações ao vivo e experiências hands-on.

Alcance global

com transmissão em português, inglês e espanhol com participação de diferentes mercados.

Palco Conversations

tendências.

Direto do Blip id:
conheça as 5 forças que estão mudando a forma de fazer negócios.

A IA deixou de ser uma promessa para se tornar um elemento central na estratégia de empresas que buscam resultados concretos.

O impacto é direto: **empresas que utilizam IA conseguem acelerar diagnósticos, qualificar leads de forma inteligente e automatizar fluxos complexos** sem perder a personalização.

Roberto Oliveira, CEO da Blip, mostrou em sua palestra que um estudo do MIT revelou que 95% dos pilotos de IA generativa não geram impacto real. Isso acontece porque muitas empresas ficam na fase de experimentação, sem metodologia clara, governança ou conexão real com processos de negócio.

A Blip se posiciona como parceira estratégica justamente para transformar a IA de piloto em impacto mensurável. Com uma plataforma robusta, metodologia própria e expertise em grandes operações, a Blip entrega escala, integração e resultados comprovados.

> *"Estamos diante de uma transformação gradual, mas irreversível, que substitui sites, apps e call centers por diálogos intuitivos e contextuais."*
>
> — **Roberto Oliveira, CEO da Blip**

1 Inteligência Artificial aplicada a negócios.

Mercado Pago: ao integrar os AI Agents da Blip em suas jornadas de atendimento e vendas, reduziu 82% do transbordo humano (eficiência operacional) e aumentou em 2,4x a taxa de conversão (crescimento direto em receita). O diferencial foi conectar a IA ao funil de vendas, e não apenas usá-la como triagem.

Banco Pan: construiu uma central de vendas digital no WhatsApp, que hoje é um dos principais motores de geração de negócios para empréstimos. Aqui, o impacto veio da integração entre automação, dados e equipe comercial, transformando o canal em uma frente estratégica de aquisição.

Como você pode aproveitar este insight para o seu negócio

Avançar além de testes pontuais significa mapear processos de alto impacto (como vendas, suporte e atendimento) e conectá-los à IA com objetivos claros: reduzir custos, aumentar conversão e gerar insights contínuos para evolução.

Muitas empresas caem na armadilha de “pilotar por pilotar”, testando IA em pontos dispersos sem clareza de objetivos. O aprendizado do Blip id é que o impacto real só acontece quando a inteligência artificial está ligada a processos de alto valor.

O que fazer agora:

- Mapeie processos críticos — atendimento de alto volume, vendas repetitivas, recuperação de clientes ou suporte técnico.
- Defina métricas claras de impacto — redução de custos (ex.: % de transbordo humano), aumento de conversão, retenção de clientes.
- Integre a IA ao fluxo de negócio — não como um canal paralelo, mas conectada ao CRM, sistemas de vendas e base de clientes.
- Implemente governança e aprendizado contínuo — cada interação gera dados; use-os para evoluir os modelos e refinar jornadas.
- Escale com confiança — comece com um processo de alto impacto e, ao validar resultados, expanda para outras frentes.

Com essa abordagem, seu negócio pode transformar a IA em alavanca estratégica de crescimento, em vez de ficar preso na estatística dos 95% de pilotos que não geram valor real.

2 Relacionamento inteligente com seu cliente.

> *"A verdadeira vantagem competitiva está em captar não apenas o que o cliente. diz, mas também o que está implícito nas conversas."*
>
> — **Sergio Passos, CPO da Blip.**

A próxima fronteira da experiência do cliente é centrada na conversa: rápida, personalizada e disponível no canal de preferência do consumidor.

No Brasil, o WhatsApp já concentra compras, atendimentos, pagamentos e até interações complexas, tornando-se o principal espaço de relacionamento entre marcas e pessoas.

Nespresso: alcançou 64% de conversão em campanhas sazonais ao integrar jornadas no WhatsApp, combinando notificações ativas com interações inteligentes.

Como você pode aproveitar este insight para o seu negócio

Ouvir é a chave para a hiperpersonalização. Sérgio Passos destacou que a verdadeira vantagem competitiva está em captar não apenas o que o cliente diz, mas também o que está implícito nas conversas.

Essa capacidade de **transformar sinais em insights** é o que diferencia o atendimento genérico da experiência significativa.

Muitas empresas ainda tratam o WhatsApp e outros mensageiros como "pontos de atendimento avulsos", quando, na verdade, eles podem ser o front estratégico do CX. O aprendizado do Blip id é claro: quem organiza jornadas conversacionais integradas cria diferenciais competitivos em escala.

> **O que fazer agora:**
>
> • Mapeie os canais que seus clientes já usam: no Brasil, WhatsApp é dominante, mas SMS e redes sociais também podem compor a jornada.

- Integre os pontos de contato em uma única experiência: o cliente não deve sentir que está “pulando de canal em canal”.

- Crie jornadas conversacionais inteligentes: combine automação, notificações e IA para permitir que o cliente resolva compras, suporte e dúvidas em fluxo contínuo.

- Use dados para personalizar conversas: histórico de compras, preferências e comportamento devem ser incorporados para aumentar conversão e satisfação.

- Transforme canais em frentes de negócio: o WhatsApp, por exemplo, pode ser mais que atendimento: pode se tornar um motor de vendas, retenção e engajamento.

Com essa abordagem, as empresas deixam de operar canais isolados e passam a entregar uma experiência consistente e escalável, transformando conversas em valor de negócio.

3 Automação inteligente e escalável.

Automação não é mais sinônimo de bots básicos para FAQ. Hoje, ela é inteligente, integrada e capaz de escalar operações complexas sem perder a personalização.

O grande diferencial está em conectar fluxos automatizados a dados de clientes, sistemas internos e jornadas contínuas.

Claro

Mostrou como a automação pode atuar como primeira camada de eficiência, resolvendo grande parte das demandas recorrentes de clientes e liberando o atendimento humano para situações mais complexas e estratégicas. Esse modelo, chamado de flywheel de relacionamento, cria um ciclo em que cada interação automatizada gera dados para melhorar a próxima conversa, seja conduzida por IA ou por um atendente humano.

O resultado é mais escala e eficiência, sem perder o toque humano onde ele faz diferença.

Como você pode aproveitar este insight para o seu negócio

- Mapeie processos repetitivos que consomem equipe (ex.: agendamento, status de pedidos, dúvidas frequentes).

- Conecte automação a sistemas internos (CRM, ERP) para entregar contexto em tempo real.

- Use automação como filtro inicial e direcione humanos para casos de maior valor.

- Evolua em camadas: comece em tarefas simples e, com aprendizado, avance para vendas e retenção.

- Assim, a automação deixa de ser apenas “eficiência” e passa a ser motor de escala com inteligência, sempre complementando o trabalho humano.

4 Omnichannel como estratégia.

Omnichannel não é estar em vários canais; **é garantir continuidade e contexto entre eles.** O consumidor espera resolver tudo de ponta a ponta sem sentir fricção. Spoiler: as empresas que não entregam isso ficam para trás.

> *O cliente, não a tecnologia, é quem guia essa mudança.*
>
> **— Roberto Oliveira, CEO da Blip**

Mostrou como o omnichannel pode transformar a forma como as vendas são conduzidas. Ao integrar dados de diferentes fontes (histórico de navegação, interações digitais, social listening e CRM), a montadora criou uma jornada em que o vendedor já recebia informações sobre estilo de vida, preferências e até o time de futebol do cliente antes da primeira conversa humana.

Esse nível de contextualização eliminou a necessidade de repetir informações e permitiu conversas mais ágeis, relevantes e direcionadas.

O resultado foi uma taxa de fechamento maior e clientes mais satisfeitos, que sentiram que a marca entendia suas necessidades desde o primeiro contato.

Como usar isso no seu negócio:

- Unifique dados de clientes em uma camada única, acessível em todos os canais.
- Garanta continuidade da jornada: se o cliente começa no WhatsApp e termina em ligação, o histórico deve estar disponível.
- Personalize com base em contexto: histórico de compra, interações anteriores e preferências.
- Monitore a experiência ponta a ponta para identificar gargalos e oportunidades.

Omnichannel bem-feito é mais que um diferencial: é a base da experiência do cliente moderna é um fator decisivo de competitividade

5 Social listening como vantagem competitiva.

Em um mundo em que os consumidores opinam em tempo real, ouvir não basta: é preciso interpretar sinais e agir rápido.

O social listening permite transformar menções, sentimentos e comportamentos online em insights acionáveis para marketing, vendas e atendimento.

Os clientes nunca param de falar nas redes sociais, e os números mostram o tamanho dessa conversa:

- Mais de 5 bilhões de pessoas usam redes sociais, com crescimento anual de 5,6% em 2024.
- Usuários passam, em média, 2h30 por dia conectados.
- Em média, cada pessoa está ativa em 7 plataformas mensalmente.

> *"Toda boa jornada começa ouvindo de verdade. É por isso que temos a Stilingue by Blip."*
>
> **— Sergio Passos, CPO da Blip.**

STILINGUE by Blip

Inteligência em tempo real

A Stilingue, plataforma de social listening da Blip, é mais do que um monitor de redes sociais. Ela combina IA de processamento de linguagem natural em português com análises de sentimento, detecção de tendências e integração com dados de CRM.

Isso permite que as marcas:

- Detectem picos de menções ou crises emergentes em minutos.
- Mapeiem temas e sentimentos por região, canal e público, gerando inteligência de mercado viva.
- Alimentem campanhas de marketing, ajustes de produto e estratégias de atendimento com informações atualizadas em tempo real.

Exemplos práticos de uso

Banco Digital – Monitorou conversas sobre crédito, Pix e investimentos para mapear tendências do setor e ações da concorrência. Com a Stilingue, passou a acompanhar **Share of Voice** e **Saudabilidade**, ajustando campanhas e decisões de branding em tempo real.

Educação – Uma instituição de ensino superior utilizou a Stilingue para identificar as principais reclamações de alunos nas redes sociais, integrando atendimento e branding. O resultado foi redução de detratores e melhora significativa na reputação, aumentando a captação de novos alunos.

Esses exemplos mostram que o social listening não é apenas reputação; é vantagem competitiva para marketing, produto e atendimento.

Como sua empresa pode aproveitar esta tendência:

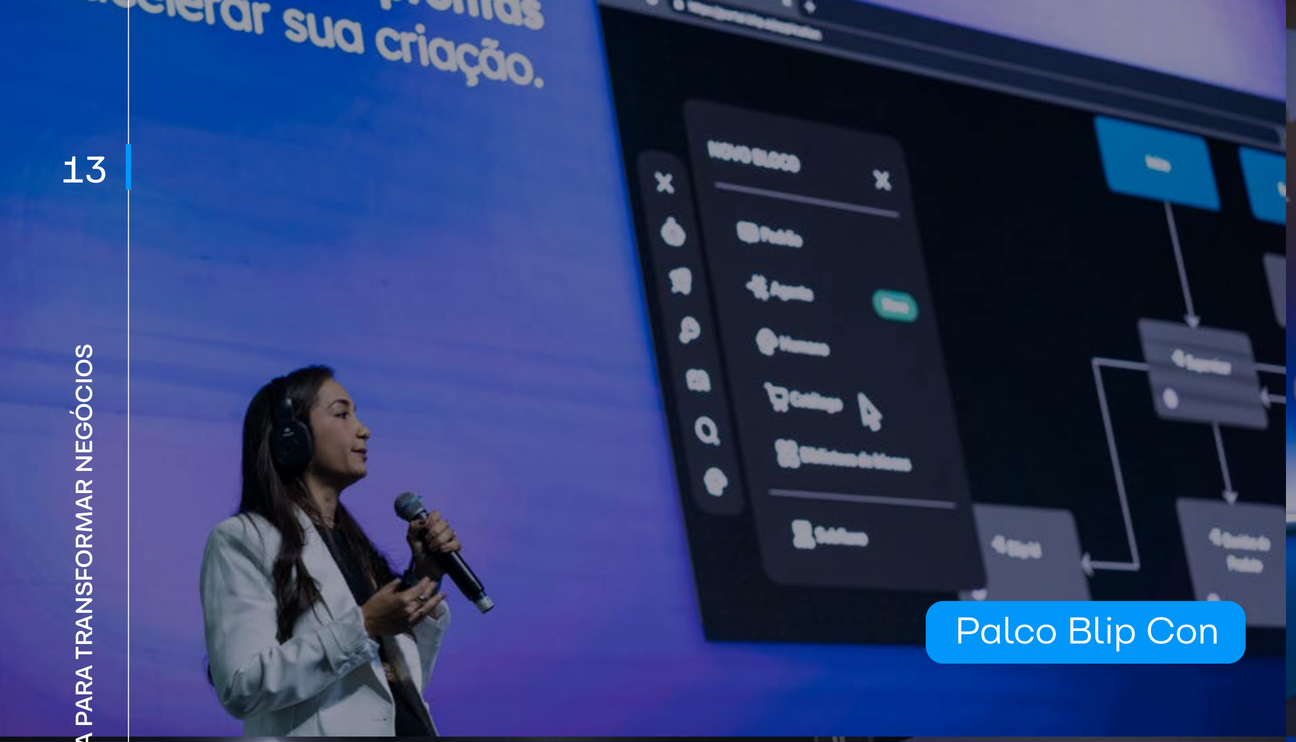
- **Monitore além das menções à sua marca.** Acompanhe também temas do setor, comportamento de consumidores e sinais da concorrência para detectar oportunidades e riscos antes dela.

- **Integre social listening a marketing, vendas e produto.** Ajuste campanhas em tempo real, identifique novas demandas de mercado e use os insights para inovar em produtos ou serviços.

- **Transforme sinais em ação rápida.** Um insight de rede social pode se tornar campanha, melhoria de atendimento ou novo serviço em questão de horas, não semanas.

- **Use o social listening como radar contínuo.** Alimente toda a estratégia de relacionamento e tomada de decisão com dados vivos, mantendo sua empresa sempre à frente das mudanças de comportamento do consumidor.

Blip e a plataforma Stilingue são parceiras-chave para cada etapa: do social listening que antecipa tendências à automação e IA que transformam interações em resultados de negócio.



Palco Blip Con

Blip id live

Partners Valley

Podcast

in sights.

Espaço Blip

Arena CI

Parceiros

Aliados

Da teoria à prática: insights por área estratégica.

Marketing: campanhas mais inteligentes e personalizadas

O marketing conversacional deixou de ser apenas disparo de mensagens: hoje, é ativação segmentada, personalizada e mensurável em tempo real.

A **Peugeot** usou dados de estilo de vida e preferências coletadas pela Blip para personalizar conversas, entregando contexto antes mesmo do contato humano. A marca triplicou a quantidade de informações de cada lead, resultando em um aumento de 12% em leads altamente qualificados.

Como seu negócio pode colocar isso em prática:

- Usar social listening (Stilingue) para entender a voz do consumidor.
- Criar campanhas no WhatsApp com segmentação por interesse e histórico de compra.
- Integrar marketing e vendas para medir conversão de ponta a ponta.

Vendas: aceleração do ciclo e leads mais qualificados

Fluxos de atendimento conversacional permitem identificar rapidamente necessidades e direcionar o lead ao time certo, tornando o processo mais eficiente.

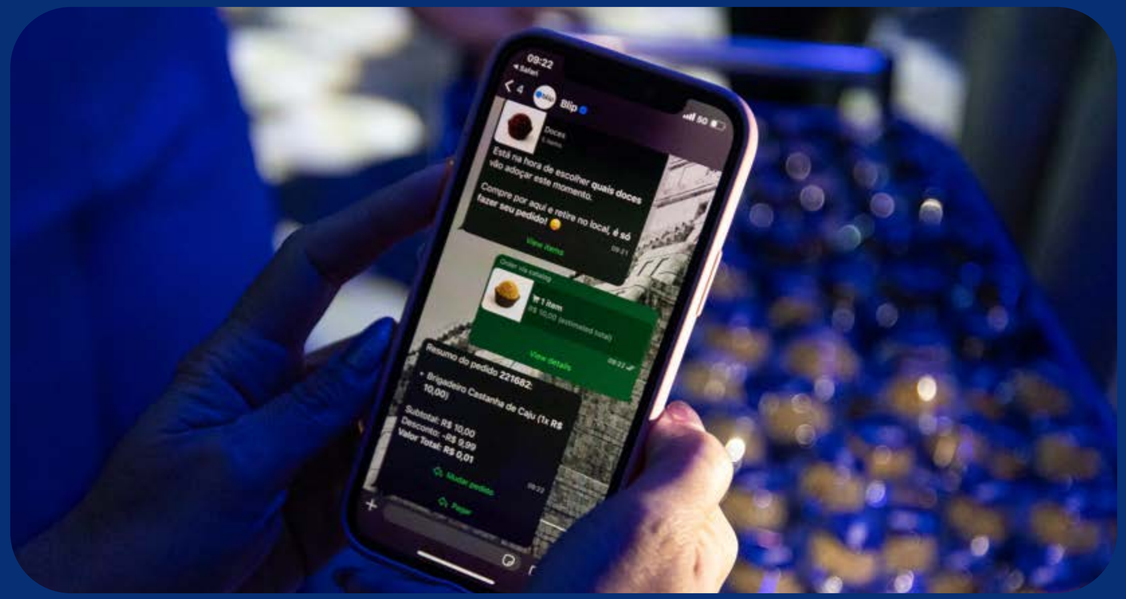
No **Banco Pan**, a automação de fluxos de atendimento e pré-qualificação permitiu um atendimento mais rápido e assertivo, garantindo que os leads fossem direcionados para os especialistas corretos, aumentando a eficiência operacional.

Como seu negócio pode colocar isso em prática:

- Mapear a jornada do cliente e criar fluxos que capturem informações-chave.
- Integrar dados de CRM e WhatsApp para direcionar leads automaticamente.
- Avaliar métricas de conversão e otimizar os fluxos constantemente.

Atendimento: eficiência com escala e qualidade.

Atendimento já não é só resolver problemas: é criar uma experiência positiva que fideliza e gera oportunidades. A personalização é essencial, não existe um único fluxo que funcione para todos os clientes.



No próprio Blip id 2025, o Contato Inteligente do evento foi utilizado por mais de **2.700 participantes para tirar dúvidas, acessar conteúdos e acompanhar novidades em tempo real.** Uma demonstração prática de como o atendimento inteligente pode, ao mesmo tempo, reduzir fricções e elevar a experiência do usuário em grande escala.

Como seu negócio pode colocar isso em prática:

- Criar fluxos personalizados para cada perfil de cliente.
- Implementar analytics em tempo real para monitorar performance e ajustar rotas.
- Usar canais conversacionais para guiar jornadas, reduzir atrito e aumentar engajamento.

Experiência do Cliente: jornadas integradas e personalizadas.

A experiência do cliente deixou de tratar-se apenas de resolver demandas: hoje, ela é construída a partir de jornadas que conectam canais, dados e interações em fluxo contínuo. O cliente espera ser atendido com contexto, no canal que prefere, e que a empresa entenda suas necessidades antes mesmo de ele precisar explicitar.

Banco Pan transformou o WhatsApp em um verdadeiro hub de relacionamento, permitindo que o consumidor percorra toda a jornada, da descoberta de produtos até a contratação de serviços financeiros, sem precisar mudar de canal. Essa estratégia eliminou pontos de fricção e tornou a experiência mais fluida, prática e personalizada, reforçando o WhatsApp como espaço central de conveniência.

A força dessa abordagem foi permitir que o consumidor resolvesse tudo em fluxo contínuo, com interações rápidas, contextuais e integradas às áreas de vendas e atendimento.

Isso mostra que a personalização não acontece apenas com base em respostas diretas, mas também na capacidade de interpretar sinais, prever necessidades e entregar valor antes do cliente pedir.

Como seu negócio pode colocar isso em prática:

- Mapear a jornada completa do cliente, identificando pontos de fricção e oportunidades de integração.
- Unificar dados de diferentes canais para que a experiência seja contínua e personalizada.
- Usar automação e IA para antecipar necessidades e entregar valor antes mesmo do cliente pedir.
- Criar fluxos de atendimento e vendas que conectem descoberta, decisão e fidelização em um único espaço conversacional.

plano de ação.

Do palco à prática: veja como transformar insights do Blip id em resultados.

As tendências apresentadas no Blip id 2025 não são apenas inspiração; são chamados à ação.

O momento é ideal para que a sua empresa comece a aplicar conversas inteligentes, automação, omnichannel e social listening como diferenciais competitivos.

Guia prático de execução:

1. Diagnóstico e Prioridades

- [ ] Mapeie os canais de contato com clientes e identifique pontos de atrito ou duplicidade.
- [ ] Avalie processos repetitivos (suporte, vendas, pós-venda) que podem ser automatizados.
- [ ] Levante a maturidade em dados: governança, integração e uso de analytics.

2. Fundamentos de Dados e Integração

- [ ] Crie uma camada única de dados do cliente que conecte CRM, e-commerce, marketing e atendimento.
- [ ] Implemente ferramentas de social listening (como a Stilingue) para capturar sinais de mercado em tempo real.
- [ ] Defina KPIs claros para medir impacto: redução de transbordo, aumento de conversão, NPS, engajamento.

3. Primeiras Jornadas Conversacionais

- [ ] Lance pilotos de automação inteligente em processos de alto volume (FAQ, agendamentos, notificações).
- [ ] Inicie campanhas de marketing conversacional com segmentação baseada em dados do social listening.
- [ ] Treine times internos para trabalhar em modelo híbrido, integrando inteligência artificial e humanização, garantindo qualidade e personalização.

4. Escala e Personalização Avançada

- [ ] Expanda a automação para vendas e retenção, integrando IA generativa para personalização em tempo real.
- [ ] Construa experiências omnichannel verdadeiras, em que o cliente possa migrar de WhatsApp para voz, app ou loja sem perder o contexto.
- [ ] Use insights da Stilingue para ajustar produtos e ofertas com base em tendências emergentes.

5. Cultura de Evolução Contínua

- [ ] Estabeleça governança de IA e processos de aprendizado contínuo.
- [ ] Promova rituais de análise de dados para que cada interação gere melhorias de produto, marketing e atendimento.
- [ ] Crie KPIs de longo prazo para crescimento, como aumento de receita por cliente e lifetime value.

Resultado Esperado

Seguindo este roadmap, a sua empresa deixa de testar tecnologia de forma pontual e passa a operar conversas inteligentes como estratégia central de negócio:

- Mais receita, com funis de vendas conversacionais.
- Menos custos, graças à automação que complementa (não substitui) o humano.
- Clientes mais satisfeitos, que encontram a marca em qualquer canal, sem fricção.

blip

Quer conversar sobre como levar essas oportunidades para a sua empresa?

Fale com o time da Blip para receber uma demonstração, entender casos de uso no seu setor e começar a planejar a implementação.

O futuro das conversas já começou.
Sua próxima decisão pode ser o primeiro passo para transformar interações em resultados de negócio.