

zendesk
showcase
2025

São Paulo

O futuro do atendimento AI-Powered



Índice

Introdução

PG. 3

1

IA + CX:
a nova era
da resolução

PG. 5

2

Centralidade
no cliente

PG. 8

3

O diferencial
do fator
humano

PG. 11

4

Do B2B
ao B2C:
como criar
experiências
icônicas

PG. 14

Introdução



Realizado no dia 27 de agosto, no Espaço Villa Lobos, em São Paulo, o Zendesk Showcase reuniu as principais lideranças de CX do país para traçar um panorama inédito sobre o futuro das experiências de clientes e colaboradores.

A partir de trilhas de conteúdo orientadas pelos impactos da inteligência artificial, o encontro abordou as estratégias e as tecnologias essenciais para criar novos caminhos de customer experience — e o protagonismo da Zendesk na integração dos movimentos que estão transformando frentes de atendimento em plataformas completas de resolução.

Com a presença de grandes nomes do setor, o Zendesk Showcase proporcionou uma jornada inesquecível de conexões e aprendizados sobre as tendências que vêm orientando as relações entre marcas e pessoas, em um cenário cada vez mais pautado pela combinação entre personalização, escalabilidade, eficiência e geração de valor.

Nas páginas a seguir, reunimos alguns dos principais insights e reflexões que marcaram a programação do evento.

Boa leitura!



1

IA + CX: a nova era da resolução



A partir do tema central “O futuro do atendimento AI-Powered”, a programação do Zendesk Showcase teve como ponto de partida a palestra de **Chris Donato**, Presidente e CRO da Zendesk, que compartilhou lançamentos e tendências de CX em um mercado completamente transformado pela inteligência artificial. Com destaque para o desenvolvimento da próxima geração de agentes digitais, a apresentação evidenciou o protagonismo da companhia nesta nova era do atendimento – apenas no último ano, foram mais de 4,6 bilhões de problemas solucionados.

“A inteligência artificial gerou mudanças radicais em todos os setores. Estamos vivendo uma revolução orientada pela resolução e a Zendesk está na liderança desse movimento”, afirmou.

A sessão de abertura também teve a participação de Fernando Egea, VP Global da Zendesk. Em seu discurso, ele ressaltou o papel da IA na criação de experiências que superem expectativas e gerem valor concreto para dores de mercado, assim como a importância do CX na criação de conexões genuínas com marcas e produtos. “As pessoas nunca se esquecem das sensações e das empresas que as acompanham durante suas jornadas.

Não basta apenas responder: é preciso ter empatia e resolver problemas reais”, disse.

Nesse contexto, o executivo apresentou as possibilidades abertas pela nova geração de agentes autônomos da Zendesk. **“O objetivo é disponibilizar assistentes que sejam capazes de aprender rapidamente e resolver problemas complexos, adaptando-se às nuances que envolvem diferentes situações. Trata-se de um ecossistema completo de soluções que podem ser customizadas de forma simples e intuitiva, de acordo com as necessidades específicas de cada organização”**, complementou.

Na sequência, Walter Hildebrandi, CTO LATAM da Zendesk, trouxe ao público um novo olhar sobre a importância da gestão de dados no uso de ferramentas de inteligência artificial, incluindo a nova proposta de Gráfico de Conhecimento da Zendesk. Além de reunir 50 mil bases ativas de dados de atendimento, a plataforma permitirá a indexação de informações internas de cada cliente, incluindo ferramentas de pesquisa generativa e sistemas de knowledge builder. “O objetivo é proporcionar o acesso ao conhecimento certo, na hora certa. Os agentes e as pessoas só conseguem solucionar problemas se tiverem acesso às informações adequadas”, concluiu.

Key Takeaways

RESOLUTIVIDADE:

o cliente não se importa com o processo ou o caminho escolhido, ele apenas quer o seu problema solucionado de rápida e objetiva – de preferência no primeiro contato.

INTUITIVIDADE:

a integração e a customização de novas ferramentas de IA em jornadas de CX deve ser feita da maneira mais simples possível, sem a necessidade de conhecimentos técnicos avançados.

IA AGÊNTICA:

o futuro das experiências já está sendo revolucionado por novas gerações de assistentes virtuais capazes de realizar tarefas complexas e analisar contextos subjetivos.



“Estamos vivendo uma revolução orientada pela resolução e a Zendesk está na liderança desse movimento”

CHRIS DONATO, PRESIDENTE E CRO DA ZENDESK

2

Centralidade no cliente

As novas oportunidades de escala, personalização e eficiência reveladas pela inteligência artificial estiveram no eixo central do Zendesk Showcase. Em meio às diversas possibilidades abertas pelo cenário atual, as discussões realizadas apontaram para a mesma direção: a de que a tecnologia não é mais uma promessa, mas parte fundamental de uma nova infraestrutura resolutiva e voltada para os desafios reais de empresas, colaboradores e consumidores.

No setor de logística, o papel da centralidade do cliente foi destacado por Thibaud Lecuyer, CEO da Loggi, que reforçou a necessidade de abrir canais que equilibrem flexibilidade, escuta ativa e geração de valor.

“Mais do que entender demandas, é fundamental se adaptar a diversas realidades e ter certeza de que a solução oferece respostas concretas para os dilemas apresentados. As pessoas não querem mais saber se há uma IA ou um humano do outro lado: elas querem resolver seus problemas.”

Na prática, a visão compartilhada por Lecuyer pode ser observada na criação de arquiteturas híbridas de atendimento, usando agentes de IA para expandir o potencial humano por meio da automatização de tarefas repetitivas — e liberando colaboradores para resolver questões mais complexas e subjetivas. No caso da Loggi, aproximadamente 85% dos contatos já são iniciados e filtrados por soluções agênticas. Partindo desse panorama, **Luiza Helena Trajano**, Presidente do Conselho do Magazine Luiza, abordou a importância de explorar caminhos de inovação orientados por princípios fundamentais de gestão e excelência de atendimento. **“Estamos vivendo um tsunami de transformações. A inteligência artificial não vai substituir as pessoas, mas eliminar processos. Os pilares de qualquer negócio continuam sendo vender bem, receber bem e atender bem o cliente”**, afirmou Luiza.





“O maior desafio é fazer com que as pessoas percam o medo de novas tecnologias e passem a enxergá-las como aliadas”

LUIZA HELENA TRAJANO, PRESIDENTE DO CONSELHO DO MAGAZINE LUIZA

Para traduzir esse posicionamento em planos de ação concretos, Pedro Castro, CX Operations Manager da Hotmart, contou como a empresa vem incorporando soluções de IA em matrizes de decisões estratégicas. “Durante muito tempo, gestores faziam escolhas muito baseadas na intuição. Com a evolução da tecnologia, passamos a ter acesso a informações mais claras, que geram uma previsibilidade real sobre os movimentos da organização”, explicou. “O segredo está em mensurar os indicadores certos para descobrir onde você quer chegar e o que gera valor para o negócio.”

Key Takeaways

MONITORAMENTO DE RESULTADOS:

inteligência artificial precisa ir além do hype — é preciso realizar diagnósticos e monitorar resultados que melhorem objetivamente a jornada do cliente.

POTENCIAL AMPLIADO:

agentes digitais devem substituir processos, não pessoas. O foco está no impulsionamento de habilidades humanas e na eliminação de tarefas burocráticas.

DATA-DRIVEN:

a incorporação da IA em processos de tomada de decisão será crucial para ir além da intuição e criar estratégias pautadas por necessidades reais de empresas e consumidores.

3

O diferencial do fator humano



O sucesso da experiência do cliente está diretamente ligado à criação de modelos conectados a grandes movimentos sociais e econômicos. Em meio às incertezas apresentadas pelo panorama atual, **Zeina Latif** apresentou os fatores que devem estar no radar das lideranças do setor. Diante das recentes transformações nas dinâmicas do comércio internacional, ela destacou a resiliência demonstrada pelo ambiente de negócios brasileiro. **“O grau de imprevisibilidade ainda é muito elevado. Mas é importante lembrar de que não estamos vivendo em um cenário de inflação explosiva e que o PIB nacional tem nos surpreendido positivamente ao longo dos últimos anos”**, afirmou.

Os pontos de atenção, em sua opinião, estão na baixa capacidade de inovação das empresas e nas lacunas de qualificação da força de trabalho. **“A competitividade nas áreas de conhecimento e tecnologia intensiva ainda é muito limitada. Temos uma nova geração de soluções digitais para nos ajudar a preencher esses gaps de mercado, mas precisamos intensificar nossos investimentos em educação e inovação,”** explicou Zeina. **“Ninguém surfa a onda da vez se não estiver preparado.”**

Trata-se de um período no qual lideranças corporativas devem assumir um protagonismo crescente na adesão de novas mentalidades e tecnologias, como explicou Luiz Borrego, CIO da Gol Linhas Aéreas, em talk-show mediado por Marcelo Tas. “Ao mesmo tempo em que pode ser uma grande aceleradora de processos, a inteligência artificial pode tornar a jornada de atendimento mais humana. É papel da liderança captar as iniciativas que estão mais alinhadas às suas estratégias e disseminar uma mentalidade de inovação entre gestores e colaboradores”, disse Borrego.

A formação de times diversos – e os seus impactos sobre estratégias de customer experience – foi outro tema-chave da trilha de gestão de pessoas do Zendesk Showcase . Na visão de Marília Zanotti, Head de CX Latam da TotalPass, o movimento deve ganhar cada vez mais força com o fortalecimento das lideranças femininas nas empresas. “A diversidade tem impactos diretos nas relações entre todos os stakeholders da organização. O empoderamento das mulheres tem sido essencial para estabelecer dinâmicas mais orientadas por características como empatia e escuta ativa”, explicou.



“Precisamos intensificar nossos investimentos em educação e inovação. Ninguém surfa a onda da vez se não estiver preparado”

ZEINA LATIF, ECONOMISTA

Key Takeaways

CAPITAL HUMANO: as oportunidades reveladas por tecnologias de CX estão diretamente ligadas à qualificação de talentos para a nova economia.

WALK THE TALK: é papel da liderança assumir o protagonismo na incorporação de soluções de IA, apresentando exemplos e diretrizes claras, assim como incentivar uma cultura de inovação em todas as camadas da organização.

DIVERSIDADE E INOVAÇÃO: formação de equipes com diferentes perfis e backgrounds, fortalecendo a troca de experiências e a mitigação de vieses em processos de atendimento.

4

Do B2B ao B2C: como criar experiências icônicas

Do mercado pet à produção de conteúdo, o Zendesk Showcase trouxe insights valiosos sobre casos reais de uso da inteligência artificial em setores-chave da economia. Na indústria financeira, Diego Santos, Gerente de CX da Serasa Experian, compartilhou as estratégias essenciais para impulsionar o potencial da IA no B2C. “A tecnologia não deve ser encarada como substituta da força de atendimento, mas como um amplificadora do relacionamento com os consumidores. Para que isso aconteça, é necessário alinhar as soluções ao core da empresa, transformando áreas de custo em ativos estratégicos”, afirmou.

No B2B, Diego Dias, VP de Operações da Contabilizei, reforçou a importância da governança e da proteção de dados na elaboração de réguas automatizadas de atendimento. “A redução de riscos precisa ser potencializada ao máximo. No caso da inteligência artificial, é fundamental ser cuidadoso e entender quais são as ferramentas que podem aumentar a eficiência dos processos sem comprometer a segurança das operações”, explicou Dias. No

painel que marcou o encerramento do Zendesk Showcase, **Rogério Flausino**, vocalista da banda Jota Quest, e Rick Bonadio, trouxeram uma perspectiva única sobre o papel da cultura na criação de experiências memoráveis. Para Flausino, a base da excelência está na resiliência de cada profissional envolvido no processo.



“A vida não é uma ciência exata, estamos sempre correndo riscos. Mais do que acreditar, precisamos aprender com nossos erros, tendo em mente que as grandes conquistas são resultado da nossa perseverança”

ROGÉRIO FLAUSINO, VOCALISTA DO JOTA QUEST

Com a experiência de quem já revelou alguns dos principais hits da indústria fonográfica nacional, **Rick Bonadio** concluiu a sessão com uma importante mensagem sobre o poder da adaptação e do lifelong learning.

“Descobrir o que funciona para cada público é um processo de aprendizado contínuo. Com o tempo e a experiência vamos aprendendo e entendendo o que as pessoas realmente gostam”

RICK BONADIO, PRODUTOR MUSICAL



Key Takeaways

ALINHAMENTO DE OBJETIVOS:
a aplicação de ferramentas de IA deve ser orientada por indicadores claros de negócio. Esse direcionamento é fundamental para transformar linhas de custo em ativos estratégicos.

FORTALECIMENTO DA GOVERNANÇA:
o equilíbrio entre experimentação e infraestrutura de proteção é fundamental para experimentar e escalar soluções de inteligência artificial sem comprometer a segurança de operações internas e externas.

APRENDIZADO CONTÍNUO:
a excelência de atendimento é um horizonte sempre distante – e envolve curiosidade e flexibilidade para acompanhar tendências de mercado e mudanças de comportamentos.

zendesk showcase 2025

São Paulo



Clique aqui ou
escaneie o QR Code
para visualizar o
aftermovie