

Revista Loopia

Ano 01 | Edição 01

Flexibilidade que vai além do produto:

Como a Meu Rodapé escalou o atendimento sem perder o "tato" humano.

O turno da madrugada:

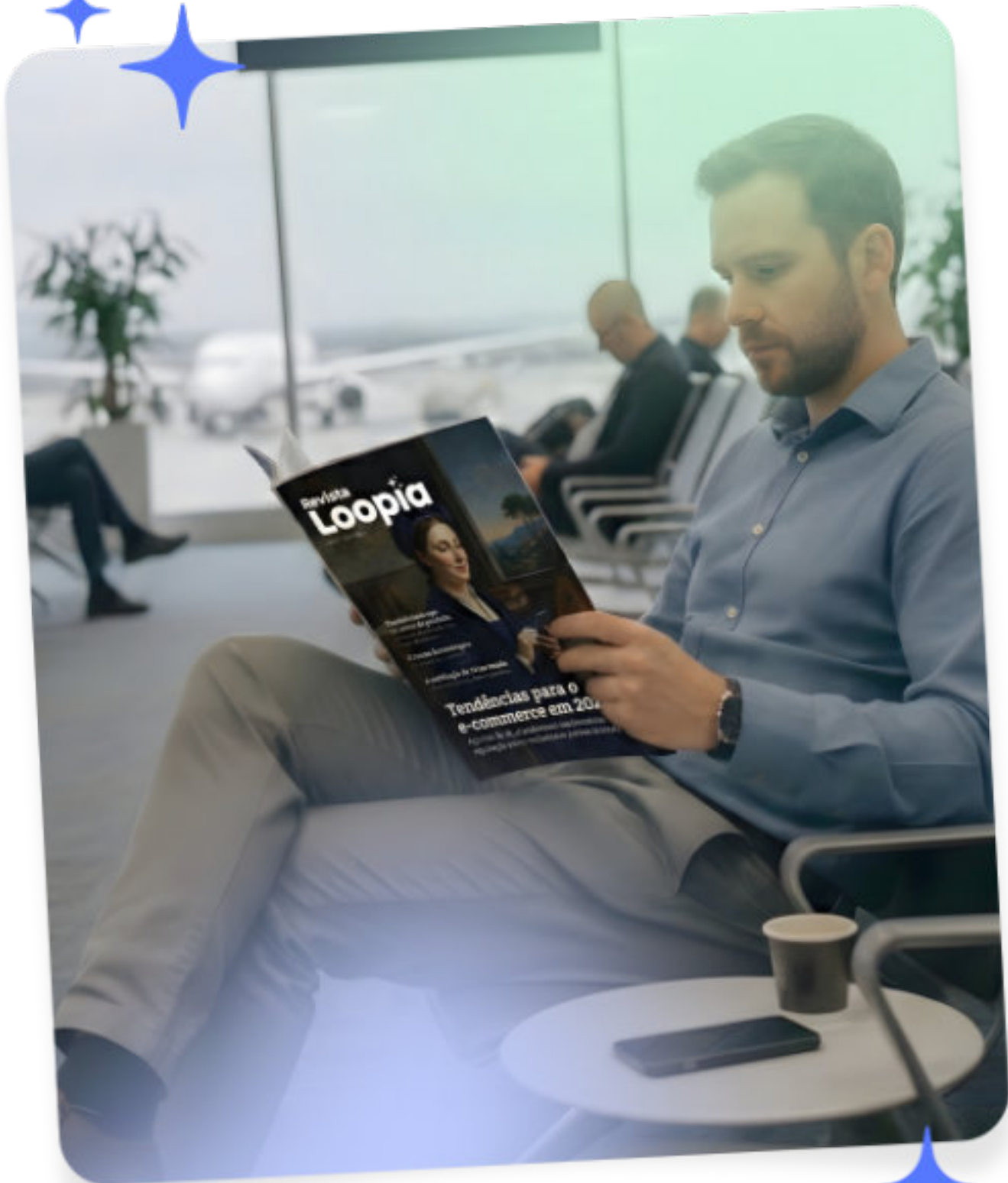
Nossa pesquisa derrubou o mito do "horário comercial".

A revolução da IA no varejo:

A tecnologia como ponte entre gerações.

Tendências para o e-commerce em 2026:

Agentes de IA, atendimento instantâneo, reputação e conversão como pilares centrais.



**Enquanto você curte essa leitura,
a nossa IA vende por você.**



loopia.com.br

Sumário

Livro Chat Commerce 02

A revolução da IA no varejo: a tecnologia como ponte entre gerações.

WhatsApp 04

Sua loja inteira agora cabe em uma conversa.

Tendências 06

Tendências para o e-commerce em 2026: agentes de IA, atendimento instantâneo, reputação e conversão como pilares centrais.

Atendimento 08

Flexibilidade que vai além do produto: como a Meu Rodapé escalou o atendimento sem perder o "tato" humano.

Dados 10

O turno da madrugada.

NRF 2026 12

A IA vai comprar para você no e-commerce (e isso muda tudo).

Editorial

Sua próxima grande venda começa com um 'Oi'.

O e-commerce tradicional, aquele de vitrine estática e silenciosa, bateu no teto. Com o custo de aquisição de clientes (CAC) em níveis históricos e a atenção do consumidor cada vez mais fragmentada, a velha tática de "atrair tráfego e rezar pela conversão" já não fecha a conta.

O jogo virou. Entramos na era do Chat Commerce, onde a transação é consequência da relação.

Criamos esta edição inaugural da revista Loopia não para falar de nós, mas para falar do agora. Nas próximas páginas, você vai ver dados reais sobre IA, vai entrar na "cozinha" de operações de atendimento que são referência e entender a metodologia que está mudando as vendas online.

A tecnologia mudou, mas o princípio é eterno: negócios são feitos de pessoas conversando com pessoas. A diferença é que, agora, temos ferramentas para fazer isso em escala global.

Boa leitura!



Tiago Vailati
CEO da Loopia

A revolução da IA no varejo: a tecnologia como ponte entre gerações

O modelo "one-size-fits-all" acabou. Entenda por que a conversa é o único caminho para unir a agilidade que a Geração Z exige com a segurança que os Boomers buscam e como transformar essa complexidade em vendas.

Por Tiago Vailati

Quem vive o dia a dia do varejo sabe: estamos operando em um paradoxo. De um lado, a pressão insana por inovação, velocidade e digitalização. Do outro, um consumidor humano, complexo e cheio de anseios. A Geração Z quer tudo pra ontem, na tela do celular. Já os Baby Boomers e a Geração X, mesmo conectados, ainda buscam a segurança e o "olho no olho".

Tentar agradar todo mundo com a mesma régua é uma das maiores armadilhas que vejo gestores cometendo. O modelo "one-size-fits-all" morreu. E é aqui que a Inteligência Artificial deixa de ser modismo de palco de evento para virar ferramenta de sobrevivência no mundo real: ela é o que vai equilibrar a balança entre escalar a operação e manter o atendimento personalizado.

Fim do "achismo": o jogo agora é com dados

Durante muito tempo, o varejo foi movido a feeling. O dono da loja "sentia" o que ia vender. Hoje, jogar apenas com a intuição é um risco que não podemos mais correr. A complexidade atual exige uma leitura que o instinto humano, por melhor que seja, não consegue processar sozinho.

A IA, com análise preditiva e segmentação dinâmica, transforma grandes massas de dados em decisões. Não é só saber o que o cliente comprou, mas entender o contexto, o momento de vida



Tiago é CEO da Loopia e uma das principais vozes sobre inovação no varejo brasileiro, vive na prática o paradoxo de unir a velocidade da digitalização com a necessidade humana de atenção.



Para ir além: Acaba de lançar pela Alta Books o livro "Chat Commerce". A obra é o manual definitivo para quem quer aplicar os conceitos deste artigo, ensinando como transformar conversas em vendas escaláveis através do método CHAT (Contexto, Humanização, Ativação e Tecnologia).



dele. Decisões baseadas em dados trazem assertividade, enquanto decisões baseadas apenas em instinto, normalmente, geram atrito e só desperdiçam o investimento.

O mercado já percebeu isso. Dados da Central do Varejo mostram que 47% dos varejistas já usam IA, e a maioria (56%) foca justamente no atendimento. Ou seja: a tecnologia virou o braço direito da experiência do cliente (CX).

Chat Commerce: falando a língua de cada um

O grande trunfo da IA hoje, especialmente no chat commerce, é a insuperável capacidade de adaptação. Um sistema bem treinado não oferece o mesmo produto, do mesmo jeito, para um jovem de 20 anos e para um senhor de 65.

Para a nova geração, a IA agiliza o checkout e recomenda tendências em segundos. Para os mais maduros, a mesma tecnologia atua com mais paciência, oferecendo detalhes, segurança e simulando aquela conversa de balcão que gera confiança.

A chave aqui é a memória. A pesquisa "CX Trends 2026" da Zendesk comprovou: 85% dos líderes de CX dizem que IAs com memória avançada são o segredo da personalização. O cliente não quer repetir a história dele a cada interação, ele quer ser reconhecido e tratado de forma única. Isso é o básico bem feito.

Tecnologia para potencializar o humano (não para substituir)

Mas fica aqui um recado importante: não existe bala de prata. A tecnologia, por si só, não faz milagre. A adoção de chatbots e IA precisa ser estratégica e ética. O objetivo não é criar um muro entre sua marca e o cliente para cortar custos, mas sim construir pontes melhores.

Quando a IA assume o trabalho repetitivo, ela libera o seu time para fazer o que o ser humano faz de melhor: ter empatia, resolver problemas complexos e construir relacionamento.

A inovação não pede licença e o comportamento do consumidor não vai esperar sua empresa se adaptar. Integrar Agentes de IA e chat commerce deixou de ser uma aposta futurista para virar requisito básico de sobrevivência.

Olhe para a sua operação hoje e reflita: ela está pronta para conversar com o futuro sem ignorar o que o seu cliente espera de você?

A resposta para essa pergunta é o que vai definir o sucesso do seu negócio nos próximos anos.



WhatsApp

Sua loja inteira agora cabe em uma conversa

Entenda como o WhatsApp deixou de ser apenas um app de mensagens para se tornar o Super App definitivo do varejo brasileiro.





Durante a última década, o "Santo Graal" do e-commerce foi levar tráfego para o site. Gastamos milhões para convencer o usuário a clicar em um link, esperar um navegador carregar, fazer login e, com sorte, comprar.

Mas o comportamento do consumidor mudou mais rápido que a infraestrutura das lojas.

Hoje, o brasileiro passa, em média, **19 horas por mês dentro do WhatsApp**. Ele vive ali. Ele conversa, trabalha e se diverte ali. Tirar esse usuário do ambiente onde ele se sente seguro e confortável para levá-lo a uma página externa cheia de etapas cria o que chamamos de **atrito de canal**.

Se não podemos evitar a saída para o site (afinal, é lá que o pagamento seguro acontece), precisamos mudar como fazemos esse convite.

O erro da maioria das operações é usar o WhatsApp apenas como um "dúvidas frequentes" ou um disparador de links frios. O segredo é transformar o aplicativo na **sua melhor loja física digital**.

É aqui que entram os **Agentes de IA**. Diferente dos chatbots antigos — aquelas árvores de decisão rígidas que frustram o cliente —, os Agentes da Loopia atuam como vendedores seniores. Eles não apenas respondem; eles argumentam, entendem o contexto e criam a segurança necessária.

A venda não acontece no momento do clique no site. Ela acontece na conversa. Quando o cliente clica no link enviado pelo Agente, ele não vai para ver se compra. Ele vai apenas para pagar, porque a decisão já foi tomada na conversa.

A ponte inteligente: do "Oi" ao carrinho

A estratégia da Loopia não é substituir seu e-commerce, mas potencializá-lo através da onipresença. O Agente de IA resolve os dois maiores gargalos de conversão do varejo atual: **disponibilidade e informação**.

Dados mostram que o pico de intenção de compra muitas vezes ocorre à noite ou aos finais de semana. Sem IA, esse cliente encontra um site sem respostas. Com a Loopia, ele encontra um especialista disponível às 02h da manhã de um domingo, pronto para explicar a diferença entre dois produtos ou confirmar o prazo de entrega.

O Agente de IA atua quebrando objeções em tempo real.

- Cliente: "Esse tênis serve para pisada pro-nada?"

- Agente IA: "Sim! Esse modelo possui a tecnologia X focada em estabilidade, ideal para sua pisada. Ele vai te dar mais segurança que o modelo Y."

Ao final dessa interação rica, o Agente envia o link direto do produto. O atrito de sair do WhatsApp desaparece, pois o clique agora é a solução do problema, não uma interrupção.

O grande trunfo dessa tecnologia é permitir que sua marca tenha "personalidade" em escala. O Agente mantém o tom de voz da sua empresa, usa emojis adequados e tem paciência infinita, garantindo que nenhuma venda seja desperdiçada por falta de atenção.



A Loopia faz parte do programa da Meta para empresas que estão construindo o futuro do atendimento no WhatsApp com o apoio da IA.





Tendências

Tendências para o e-commerce em 2026: agentes de IA, atendimento instantâneo, reputação e conversão como pilares centrais

Chat Commerce, automação inteligente e experiências sem fricção deixam de ser diferencial e passam a orientar decisões estratégicas no setor.

O e-commerce entra em 2026 sob uma nova lógica de competitividade. Se, nos últimos anos, preço e sortimento lideravam as decisões de compra, agora são **atendimento instantâneo, reputação da marca e capacidade de conversão autônoma** que determinam quem cresce e quem perde espaço no varejo digital. Em um ambiente cada vez mais fragmentado entre marketplaces, WhatsApp, redes sociais e lojas virtuais, a experiência conversacional - agora impulsionada por agentes de IA - ocupa o centro da estratégia.

De acordo com Tiago Vailati, CEO da Loopia, plataforma de Chat Commerce com Agentes de IA, o atendimento passa a ser visto como parte estratégica do funil de vendas, e a lógica é simples: **quem responde primeiro, vende**. "O cliente escolhe o melhor canal para comprar, aquele que é mais conveniente, que proporciona a melhor experiência, combinando preço, entrega e comodidade. E, nesse cenário, velocidade, contexto e relacionamento são decisivos", afirma o executivo.

A partir da análise do comportamento de consumo e da evolução tecnológica, Tiago mapeou quatro tendências que moldarão o setor em 2026. Confira!

1. Atendimento instantâneo deixa de ser diferencial e vira requisito básico

Em 2026, a espera será sinônimo de abandono. O consumidor multicanal espera respostas em segundos, não em minutos. Operações que não funcionam de forma contínua, 24 horas por

dia, perderão vendas silenciosamente para concorrentes que oferecem disponibilidade imediata. A velocidade de resposta será o primeiro filtro de compra.

2. Chat Commerce se consolida como principal motor de conversão

A jornada de compra deixa de ser linear (clique e compra) e passa a ser conversacional. Em vez de navegar sozinho por vitrines estáticas, o consumidor compra conversando.

Esse movimento transforma o chat em um canal ativo de vendas, capaz de impactar diretamente indicadores como ticket médio e recompra. Quem ainda tratar o chat apenas como SAC ficará obsoleto.

3. Reputação passa a ser construída em tempo real

Avaliações, mensagens privadas, comentários em redes sociais e conversas em marketplaces passam a pesar tanto quanto anúncios e campanhas institucionais. Cada interação vira um ponto de contato que constrói — ou destrói — a reputação da marca.

4. A Era dos Agentes de IA (Agentic AI)

A maior revolução para 2026 é a consolidação dos Agentes de IA (Agentic AI). Diferente dos chatbots tradicionais que seguiam scripts rígidos, os Agentes de IA possuem autonomia para tomar decisões e executar tarefas complexas. “Não estamos mais falando de uma IA que apenas tira dúvidas. Falamos de agentes treinados para negociar, oferecer descontos dentro da margem permitida, identificar o momento certo de fazer um upsell e até recuperar vendas perdidas ativamente”, explica Tiago. Esses agentes atuam com objetivos e metas, funcionando como uma extensão infinita e infatigável do time comercial, garantindo personalização em escala massiva.

Para a Loopia, o e-commerce de 2026 será definido menos pela tecnologia isolada e mais pela capacidade de usar esses Agentes de IA para transformar conversas em receita. “O atendimento deixa de ser um centro de custo e passa a ser o ativo estratégico mais valioso da empresa. Quem adotar a inteligência agêntica agora, chega em 2026 liderando o mercado”, conclui Vailati.



Quer acompanhar as principais tendências toda semana na sua caixa de entrada? Assine a newsletter Dentro do Loop e tenha uma curadoria das principais novidades do varejo digital, IA e consumo.



Atendimento

Flexibilidade que vai além do produto: como a Meu Rodapé escalou o atendimento sem perder o "tato" humano.

Nascida no Mercado Livre e impulsionada pela cultura do "faça você mesmo" na pandemia, a marca revolucionou a decoração acessível. Conheça a operação que une Inteligência Artificial e empatia para garantir que o sucesso do cliente só termine com o ambiente decorado.

A história da **Meu Rodapé** é a prova de que ouvir o mercado é a melhor estratégia de crescimento. A empresa nasceu em 2017, fundada por Robson Ferreira, operando inicialmente no Mercado Livre com um produto disruptivo: o rodapé flexível. A proposta era levar uma solução técnica para paredes curvas e irregulares, mas com um diferencial financeiro que democratizou a decoração.

O grande "boom", no entanto, veio em 2020. Com a pandemia forçando as pessoas a ficarem em casa, o desejo de renovar o ambiente transformou o "bunker" familiar no centro das atenções. O modelo DIY ("Faça Você Mesmo") da Meu Rodapé casou perfeitamente com o

momento: o cliente comprava online, recebia em casa e instalava sozinho, sem precisar de mão de obra externa.

De lá para cá, a empresa não parou. Expandiu para boiserie (molduras), participou da Expo Revestir e virou a chave para o mercado B2B, lançando linhas sofisticadas como a de painéis ripados laminados e a recente linha "Madeto". "Nossa inovação acontece em co-participação com os clientes. A linha Madeto, por exemplo, nasceu porque ouvimos que eles queriam tons de madeira. A gente não cria para o estoque, cria para a necessidade real", explica Mariana Ferreira, supervisora de atendimento da marca.



Conheça mais sobre a Meu Rodapé e seu catálogo de produtos em: meurodape.com

Crescer o portfólio e o volume de vendas trouxe um desafio clássico: como manter a qualidade do suporte? A resposta da Meu Rodapé foi uma estruturação híbrida, onde tecnologia e humanização jogam no mesmo time.

Hoje, a equipe de SAC é enxuta e altamente eficiente, composta por quatro atendentes e aprendizes, sob a supervisão de uma gerência dedicada. A organização é tática:

- **Foco no canal:** parte do time é dedicada exclusivamente ao WhatsApp (focado em pós-venda e suporte técnico);
- **Foco no marketplace:** outra parte, apoiada pela tecnologia Loopia, gerencia o alto volume de interações vindas dos marketplaces, cuidando tanto do pré quanto do pós-venda.

O papel da tecnologia

Para dar conta da demanda técnica — como dúvidas sobre metragem e tipo de cola —, a Meu Rodapé utiliza a **Luna**, a assistente virtual inteligente da Loopia.

"A Luna é essencial no pré-venda. O cliente chega com dúvidas de proporção: 'Minha parede tem tal altura, quanto preciso comprar?'. A IA já está treinada para responder isso com precisão", detalha Mariana.

Isso libera o time humano para processos mais complexos e sensíveis. Além disso, o uso de **tags de priorização** dentro da plataforma Loopia permite que a equipe identifique visualmente o que é urgência, agilizando a fila e garantindo que ninguém fique sem resposta.

A filosofia do Sucesso do Cliente

Para a Meu Rodapé, fechar a venda ou fazer um reembolso não é o fim da jornada. Na entrevista exclusiva para a nossa revista, Mariana revelou os **3 Pilares de Ouro** que guiam sua equipe:

1. **Entender a necessidade:** não basta vender o produto, é preciso saber se ele resolve o problema técnico daquela parede específica.
2. **Atender a necessidade:** agilidade logística e suporte na instalação.
3. **Transmitir segurança:** o cliente precisa confiar que vai conseguir instalar sozinho.

A definição de sucesso da empresa é inspiradora: "O sucesso não é o chamado fechado. O sucesso acontece quando o cliente está desfrutando do espaço dele renovado. É a instalação pronta e a satisfação de viver naquele ambiente", crava a supervisora.



Dados

O turno da madrugada

Nossa pesquisa interna derrubou o mito do "horário comercial". Mais da metade dos seus clientes quer falar com você (e comprar) quando sua equipe já foi embora.



Quando seu cliente quer comprar?

52,2% **Turno da madrugada**
18 - 08h + Fim de semana

47,8% **Horário comercial**
08 - 18h (Segunda - Sexta)

Durante décadas, o varejo operou sob a lógica das 08h às 18h. No e-commerce, essa chave nunca foi desligada, mas o atendimento continuou seguindo o relógio do escritório.

Analisando nossa base de dados, a realidade se impôs: o consumidor inverteu a lógica. Identificamos que 52,2% das dúvidas de clientes chegam fora do horário comercial (noites e finais de semana).

Isso significa que, se sua operação depende 100% de humanos, a maior parte dos seus clientes está falando sozinho.

Quando seu cliente quer comprar?

Havia uma crença de que o cliente da madrugada apenas "namora" o produto. Para entender melhor esse cenário, consultamos os dados da Loopia e os dados foram surpreendentes.

Em poucos dias, a Inteligência Artificial gerou sozinha R\$ 2.910.277,30 em vendas convertidas. Deste montante, 55,8% da receita (R\$ 1,6 milhão) foi gerada fora do expediente.

E tem um detalhe curioso: quem compra à noite, gasta mais. O ticket médio fora do horário comercial foi de R\$ 444,92, superior à média geral de R\$ 430,40. O cliente da madrugada está mais tranquilo, mais propenso a analisar e fechar carrinhos maiores.

"Mas será que funciona para o meu nicho?"

Os dados mostram que a eficácia é generalizada. De todos os sellers que tiveram conversões via agentes de IA da Loopia, 95,9% realizaram vendas fora do horário comercial.

Não estamos falando sobre sorte, mas sim sobre disponibilidade. A IA garante que, quando a intenção de compra surge (seja sábado às 23h ou domingo às 7h), existe alguém pronto para fechar o pedido.

NRF 2026

A IA vai comprar para você no e-commerce (e isso muda tudo)

Agentes de IA, ofertas personalizadas e checkout invisível: o novo varejo já começou.

Por Tiago Vailati

Sabe aquele momento em que você fica 15 minutos comparando reviews, abre 12 abas, consulta o YouTube, volta pro Google e, no final, abandona tudo sem comprar nada?

A Google lançou (na NRF Retail's Big Show 2026, onde vi de perto) uma novidade que ajuda a acabar com esse problema e empurra o e-commerce para a era do comércio agêntico. Não é um "super lançamento do dia": já saiu faz um tempinho — e ganhou tração.

Este não é mais um texto sobre "transformação digital" ou "futuro das compras". É sobre agentes de IA no varejo, algo concreto que muda a forma como compramos.

O problema que ninguém resolveu (ainda)

A descoberta de produtos ficou fácil. O atrito está em decidir o que comprar e fechar o pedido. A gente se perde entre opções e preços, adia... e muitas vezes desiste. Os varejistas sabem disso.

Na NRF 2026, a Google anunciou o UCP (Universal Commerce Protocol), um protocolo aberto cocriado com Shopify, Etsy, Wayfair, Target e Walmart — e que elas vêm adotando.

A ideia é simples: criar uma linguagem comum entre sistemas de e-commerce. Parece técnico, mas o impacto é prático.



Você conversa com a IA sobre o que precisa, recebe sugestões personalizadas de marcas e varejistas, adiciona itens relacionados e compra — tudo sem sair da conversa, sem abrir 12 abas, sem recomeçar em cada site, nem acessar o site da marca.

Exemplo: você está no Gemini planejando um fim de semana no camping. A IA sugere uma barraca específica; surge uma oferta personalizada de uma marca que você nem conhecia; você adiciona outros itens da viagem e paga via Google Pay. Pronto, a compra acontece no fluxo natural da conversa, sem "vou pesquisar mais um pouco".

O que muda pra quem vende

A relação com o cliente não acontece mais só no seu site ou app. Acontece onde ele conversa: no Gemini, no ChatGPT ou em outros canais, por meio de agentes de IA.

Com o UCP, o cliente compra via IA, mas compra de você: catálogo, preços e ofertas continuam sob seu controle.

A IA é o meio. Comprar segue sendo uma decisão humana: gostos, preferências, orçamento. A adoção já ganhou escala. Quando o consumidor se acostuma a comprar conversando com agentes de IA, com curadoria personalizada e sem fricção, não quer voltar ao modelo antigo.



Agentes de IA que se conectam aos principais canais de e-commerce

A Loopia centraliza seu atendimento, automatiza conversas e transforma dúvidas em vendas. 24h por dia, 7 dias por semana.

Nossos agentes de IA são treinados para responder como humanos, acompanhar o cliente do pré ao pós-venda e garantir uma experiência impecável.



Quero comprar essa casinha, mas meu labrador tem 25 kg. O tamanho G é o ideal para ele? 17:08

Sim, o tamanho G é o ideal para o porte do seu labrador! Ele terá o conforto e espaço que precisa. Já conferiu nossos tapetes HigIênicos G? 17:30



Esqueça as respostas genéricas. Nossa IA entende as medidas e a compatibilidade de cada SKU, tirando dúvidas complexas com segurança.



Qual modelo de notebook você me indica para rodar jogos pesados como GTA V? 17:09

Para jogos pesados, o Modelo New II é o ideal. Ele tem a placa de vídeo e 32GB de RAM, garantindo a performance que você precisa. 17:10










Não deixe o cliente esperando. Nossa IA responde em até 30 segundos, garantindo a atenção do comprador antes do seu concorrente.



Agentes de IA

para vendas e atendimento no e-commerce

ASSUNTO	CANAL	CLIENTE
Boa noite! Pode me passar o link do catálogo? Quero olhar as opções de...		 Edmundo
 CONVERTEU EM VENDA PRÉ-VENDA		
Muito obrigado pelo atendimento! Com certeza voltarei a comprar com vocês!		 Lúcia
 CONVERTEU EM VENDA PÓS-VENDA		
Olá, eu comprei um produto na segunda da semana passada e gostaria de adicio...		 Pedro
 CONVERTEU EM VENDA		
A qualidade dos materiais é muito boa mas eu gostaria de trocar a cor pois o ...		 Suzana
 CONVERTEU EM VENDA URGENTE		
Boa tarde! Achei o modelo muito bom. Gostaria de comprar também na cor...		 Jill
 shopify CONVERTEU EM VENDA PÓS-VENDA		
Serviui certinho! Muito obrigado pelo atendimento e pelas dicas! :)		 Eustáquia
 CONVERTEU EM VENDA PÓS-VENDA		



salesforce

VTEX

shopify

 Loopia

loopia.com.br



Escaneie para falar com nosso time no WhatsApp e ver a IA em ação.