

Tendências de mensageria no varejo

Com base em 530 bilhões de interações realizadas via canais móveis na plataforma Infobip em 2024.

PANORAMA GERAL

O boom do varejo conversacional

“Em 2024, a América Latina foi a segunda região com maior número de interações durante a Black Friday, Cyber Monday e Cyber Week na plataforma omnichannel da Infobip. Finanças e varejo seguem como os setores mais fortes.”

Janeth Rodriguez
VP de Receita para LATAM
Infobip



Crescimento da mensageria no varejo:

33%
global

19%
adotaram estratégias omnichannel

Canais mais usados:

38%
SMS

35%
E-mail

15%
Apps de mensagens móveis

11%
WhatsApp

Combinação mais comum:

33%
SMS + WHATSAPP

Ferramentas mais utilizadas:

78%
Chatbots

78%
E-mail marketing

73%
Inteligência Artificial

61%
CDP (Plataforma de dados dos clientes)

Casos de uso

Pedidos

55%

automatizam mensagens relacionadas a pedidos

Suporte:

84%

automatizam interações com clientes

49%

oferecem suporte por chatbot, mas ainda dependem fortemente de agentes humanos

47%

enviam pesquisas de feedback automatizadas com frequência

Marketing:

69%

têm ferramentas de marketing parcialmente integradas

Maturidade da experiência conversacional (CX):



automatizam as interações com clientes



dizem que os desafios da tecnologia impactam a velocidade do marketing



automatizam a transferência para agentes humanos



enfrentam desafios com o engajamento do cliente

Pontuação de maturidade global de CX conversacional:

JORNADA DO CLIENTE:

60/100

SOFISTICAÇÃO:

57/100