



Tendências de mensageria para plataformas 2025

Conheça as tendências atuais de comunicação em plataformas de interações B2B, descobertas em nossa plataforma.



Para este relatório, analisamos 73 bilhões de interações realizadas entre os clientes de nossas plataformas e seus usuários finais para descobrir como as plataformas estão expandindo suas capacidades e ajudando seus clientes a obterem retorno sobre o investimento (ROI) usando o canal mais eficaz para cada caso de uso e evoluindo suas estratégias de IA para um modelo coeso e otimizado.

Acreditamos que essas descobertas permitirão que sua plataforma funcione de forma mais eficiente, oferecendo maior flexibilidade e conveniência aos seus clientes.



Ivan Ostojic
Chief Business Officer da Infobip

Em 2024, surgiram duas tendências importantes que representaram tanto um desafio quanto uma oportunidade para as empresas de plataformas.

A primeira foi a adoção generalizada do RCS, já que a Apple começou a oferecer suporte para o canal em seus dispositivos em setembro. Já havíamos observado um aumento de 251% no tráfego de nossos parceiros de plataforma em 2023, **mas em 2024 ele se multiplicou por 6**.

Ao incorporar o RCS em seus serviços, as plataformas podem **atender a uma gama mais diversificada de casos de uso**, muitas vezes a um custo menor para seus clientes finais. O desafio reside em encontrar o canal adequado para cada caso de uso e cada localidade. As empresas de plataformas são as ideais para oferecer essa experiência, e estamos vendo os resultados nos dados de nossa própria plataforma.

Em vez de abandonar um canal por outro, observamos que as plataformas ajudam seus clientes a diversificar e aprimorar suas estratégias de comunicação, incorporando canais digitais junto com **SMS, e-mail, voz e chatbots de IA** para acelerar a maturidade de sua experiência conversacional com o cliente.

A IA também está impulsionando a segunda tendência que se consolidou em 2024. Trata-se de uma rápida evolução na estratégia de implementação de IA, impulsionada em parte pelo amadurecimento da tecnologia, mas também pela necessidade de obter um retorno sobre o investimento em projetos de IA. Como resultado, observamos um aumento no número de marcas que buscam migrar de casos de uso baseados em oportunidades pontuais para uma **estratégia mais coordenada e integral** em toda a sua organização.

Desde os casos de uso de suporte até a identificação proativa de clientes com probabilidade de abandono, passando pelo uso de IA para detecção de fraudes e monitoramento de anomalias, a IA está se consolidando nas operações das organizações atendidas pelos parceiros de plataforma.

Crescimento do RCS nos EUA 2024

Jan Fev Mar Abr Mai Jun Jul Ago Sep Out Nov Dez

Apple libera RCS
para o iOS18

Set 2024

INTRODUÇÃO

O crescimento das interações conversacionais 2023-2024

INTERAÇÕES CONVERSACIONAIS



RCS

+579%



Apple Messages for Business

+287%



Messenger

+70%



Kakao

+47%



Vídeo

+37%



WhatsApp

+34%

Também houve uma adoção significativa da nossa tecnologia de voz, chat ao vivo e mensagens de aplicativos móveis.

CANAIS TRADICIONAIS MANTENDO SEU CRESCIMENTO

+81%

Email

+23%

SMS

CRESCIMENTO DOS SERVIÇOS

Conversations API (contact center na nuvem)



94%

Solução completa de Conversations (contact center na nuvem)



93%

Answer (plataforma para criar chatbots)



89%

Moments (solução de engajamento com o cliente)



26%



Tendências CPaaS

1. CRESCIMENTO DO RCS

2. ADOÇÃO DE CX CONVERSACIONAL

3. VIDEOCHAMADAS

CRESCIMENTO DO RCS

Adoção generalizada do RCS

Em 2024, observamos uma rápida adoção do RCS por empresas de plataformas, com 7x mais plataformas oferecendo o canal no final do ano, em comparação com o início. O resultado foi um aumento de 6x no tráfego de RCS, e a tendência é que esse crescimento exponencial continue, à medida que o canal se torne compatível com mais operadoras em mais regiões, incluindo um impulso significativo no mercado dos EUA.

7x

mais plataformas oferecendo o canal

6x

aumento no tráfego de RCS

A POPULARIDADE DO RCS PODE SER EXPLICADA POR TRÊS FATORES PRINCIPAIS

Funcionalidades de app de mensagens a um preço mais baixo

O RCS Business Messaging é considerado o próximo passo na evolução do SMS. Ele é usado para comunicações P2P e A2P e combina o alcance do SMS por meio de operadoras móveis, com as funcionalidades de mensagens avançadas de aplicativos como WhatsApp e Messenger, mas a um **custo menor**.

Adequação conversacional

Com a tendência global em direção a um estilo de comunicação B2C mais conversacional, as marcas identificaram que o RCS é ideal para mensagens bidirecionais ricas em todas as etapas da jornada do cliente, especialmente na fase de descoberta, com a opção de incluir carrosséis de imagens e vídeos nas mensagens.

A Apple agora oferece suporte ao RCS no iOS

A Apple implementou a compatibilidade com RCS com o lançamento do iOS 18, em setembro de 2024. Agora, como um canal nativo em dispositivos Apple e Android, o RCS Business Messaging tem o potencial de igualar o alcance do SMS, juntamente com funcionalidades de mensagens avançadas semelhantes às do WhatsApp e de outros canais OTT.

Apple suporta RCS no iOS18

A combinação mais popular é SMS e RCS

Olá, João. Temos um fim de semana de ofertas! Use o código VALEU20 e ganhe 20% off



Liquidação
70% OFF em todos os produtos

Olá, João. Temos um fim de semana de ofertas! Use o código VALEU20 e ganhe 20% off.

Comprar agora

CX CONVERSACIONAL

Adoção da CX conversacional

CRESCIMENTO EM PLATAFORMAS QUE OFERECEM...



RCS

7x



WhatsApp

+51%



Vídeos

+133%



MMS

+75%

Em relatórios anteriores, analisamos o desenvolvimento da **experiência conversacional** e como essa tendência estava mudando tanto o estilo de comunicação quanto a combinação de canais que as marcas usam para interagir com seus clientes.

Canais de mensageria que suportam nativamente interações bidirecionais que combinam empatia emocional com tecnologia inteligente, como **WhatsApp, Messenger, Viber e RCS**, estão sendo cada vez mais utilizados e aceitos para a comunicação corporativa. Além disso, observamos uma forte demanda por videochamadas por parte dos clientes da nossa plataforma.



VÍDEO

Videochamadas tornando-se regra

O crescimento significativo das videochamadas realizadas por meio da nossa plataforma demonstra que as **interações "face a face"** ainda têm um lugar na comunicação B2C. Poder ver a outra pessoa durante a conversa proporciona sinais visuais e uma profundidade emocional que não é encontrada em chamadas de áudio ou mensagens de texto.

Essa tendência é impulsionada pelos avanços tecnológicos, que tornam as videochamadas mais acessíveis e

convenientes do que antes. Por exemplo, se um cliente está conversando online com um agente de suporte e chega a um ponto em que é mais vantajoso mudar para o vídeo, o agente pode **gerar um link de chamada via WebRTC ou Conversations**, nosso contact center na nuvem. O cliente pode clicar neste link para iniciar a videochamada em uma janela do navegador.

A interação presencial é segura, discreta e facilita uma melhor compreensão.

Indústrias em que as videochamadas estão crescendo

25%

Finanças

65%

Marketing e Serviços Publicitários

137%

Transporte e Logística

9x

Tecnologia e Software

É POR ISSO QUE AS VIDEOCHAMADAS SE TORNARAM UMA PARTE TÃO IMPORTANTE DAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO OMNICHANNEL.

1 Comunicação potencializada

As videochamadas oferecem uma experiência mais envolvente, graças à possibilidade de ver expressões faciais e a linguagem corporal, o que adiciona um toque emocional à conversa.

2 Acessibilidade e conveniência

As videochamadas estão disponíveis em diversos dispositivos e plataformas, facilitando a conexão com outras pessoas, independentemente da sua localização.

3 Expectativas crescentes

Em muitos casos de uso, as videochamadas agora são consideradas o padrão, por exemplo, em consultas médicas virtuais, na indústria de hospitalidade e turismo e em interações de vendas de alto valor.

4 Avanços tecnológicos

Melhorias na qualidade de vídeo e áudio, supressão de ruído e funcionalidades impulsionadas por IA tornaram as videochamadas mais confiáveis e fáceis de usar.

Tendências omnichannel

As empresas geralmente se associam a provedores de plataforma para melhorar as taxas de entrega de suas mensagens transacionais e promocionais por meio de múltiplos canais de comunicação. Como parte desse processo, é importante **identificar as combinações de canais mais eficazes para cada caso** de uso e região.

Mesmo com as altas taxas de entrega tipicamente alcançadas com esses provedores, usar um canal de backup (failover) para o envio de mensagens de alta prioridade continua sendo a melhor prática. Essa estratégia tem sido implementada por anos, mas a combinação de canais evoluiu à medida que as opções digitais mais rentáveis amadureceram e se tornaram mais adequadas para entregar informações críticas.

Embora SMS, e-mail e o canal de voz tenham sido historicamente as combinações mais comuns, as tendências globais agora mostram uma adoção mais ampla de outros canais, especialmente o RCS.

As estatísticas indicam que SMS e WhatsApp se tornaram a combinação mais utilizada para a mensageria principal e de backup.

No entanto, esse padrão varia por região, já que as preferências locais por aplicativos de mensagens frequentemente moldam a combinação de canais junto com o SMS. Nossa análise rigorosa da penetração de canais globais e nossa experiência local ajudam os parceiros de plataforma a otimizar sua combinação de canais para alcançar a melhor relação preço-conversão em cada região.



PRINCIPAIS CANAIS DE MENSAGERIA POR PAÍS NAS AMÉRICAS

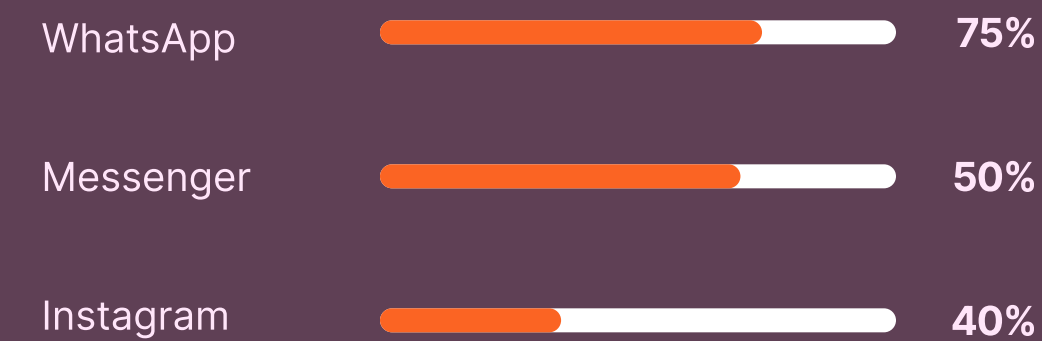
Argentina



Brasil



Colômbia



México



EUA



Foco por indústrias

FINANÇAS

VAREJO E E-COMMERCE

TELECOMUNICAÇÕES



FINANÇAS

A banca conversacional ganha aceitação

Através do nosso trabalho com parceiros do setor financeiro e observando o aumento significativo no volume de canais que proporcionam comunicação bidirecional, podemos ver claramente que uma abordagem mais conversacional na área de bancos está se tornando a norma.

Os clientes de bancos agora podem interagir com um chatbot seguro para pagar uma conta ou consultar o saldo de sua conta. Como os aplicativos móveis se beneficiam da segurança nativa dos

smartphones modernos e da criptografia de ponta a ponta dos aplicativos de mensagens, essas transações são cada vez mais seguras.

Como resultado, pessoas de todas as idades estão se sentindo cada vez mais confortáveis em realizar operações bancárias a partir de seus telefones, especialmente quando podem usar a câmera para participar de uma chamada com um funcionário do banco quando precisam de um toque humano.

12x

aumento em mensagens RCS

25%

aumento nas videochamadas para plataformas bancárias e financeiras

IA e adoção de canais

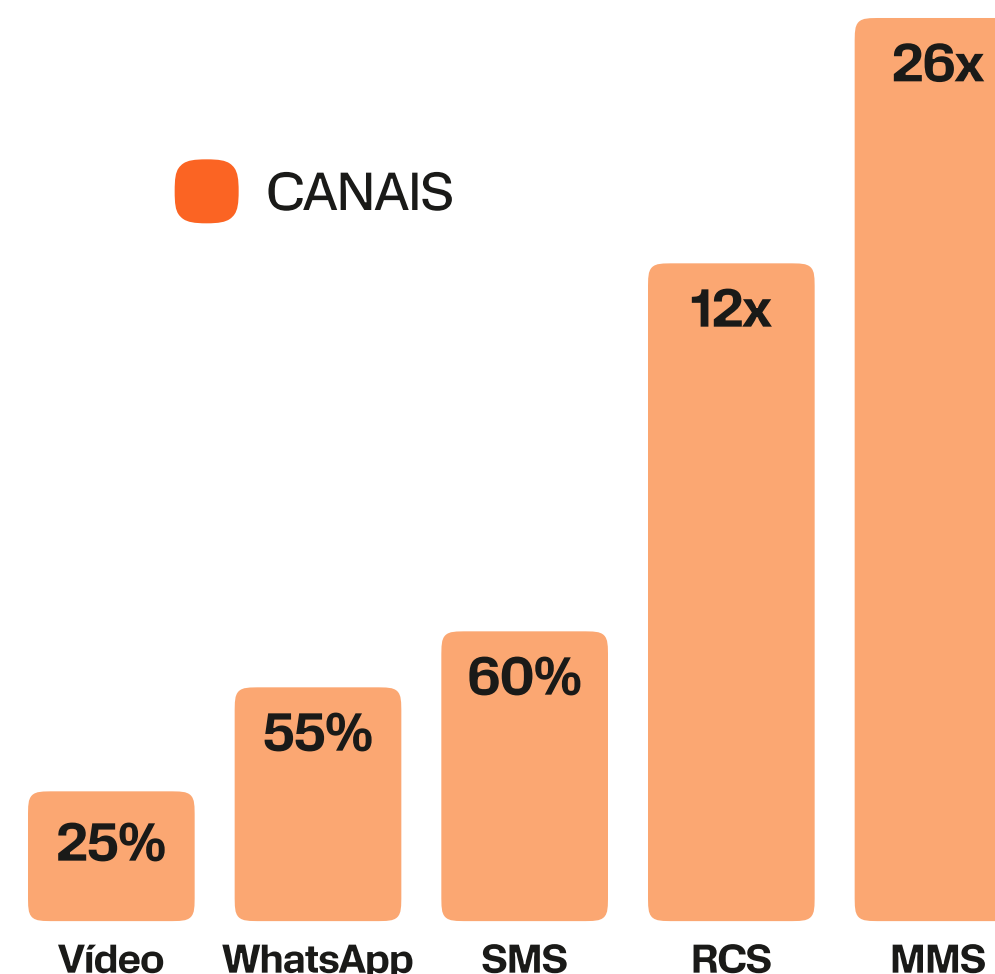
45%

aumento em interações via chatbots em nossa plataforma

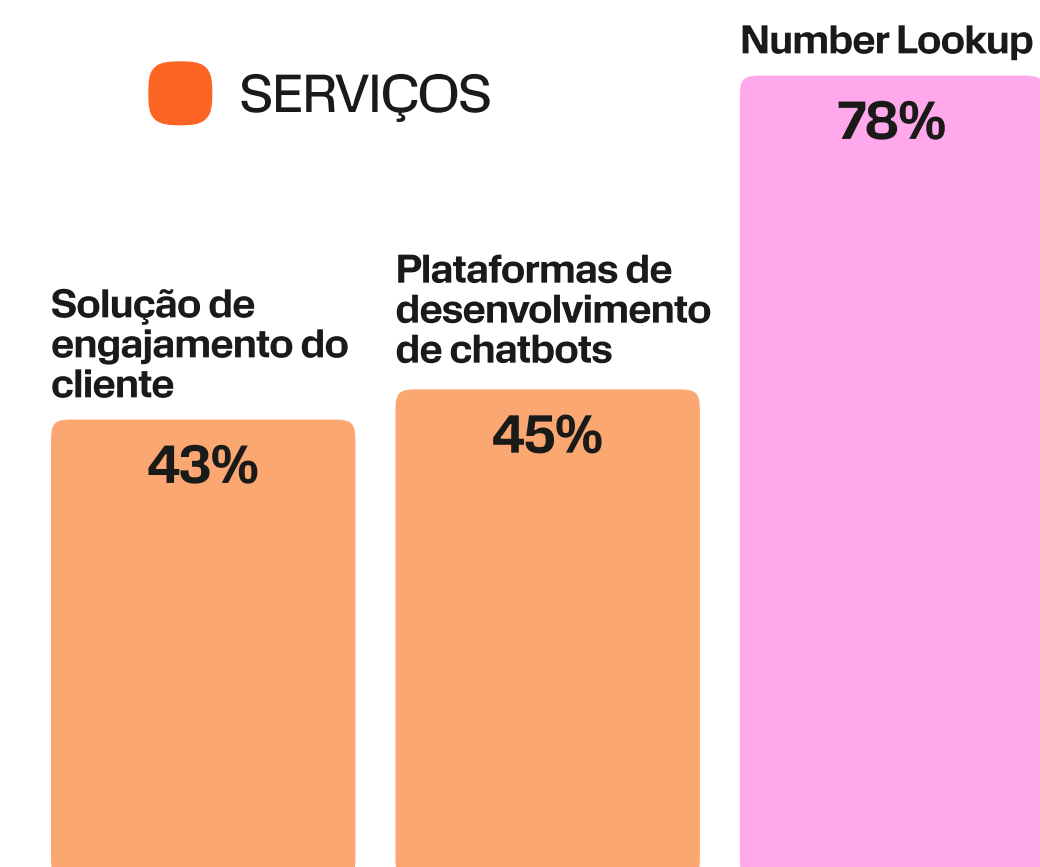
Observamos que bancos e instituições financeiras estão fazendo progressos significativos na adoção de aplicativos de chat para a comunicação com seus clientes e aproveitando a IA para melhorar a experiência do cliente e a eficiência de seus fluxos de trabalho.

Também observamos uma tendência nos bancos de adotar os canais de mensagens digitais mais populares em sua região para que os clientes possam se comunicar através dos canais com os quais se sentem mais confortáveis. Isso gerou um aumento de **55% nas mensagens de WhatsApp**.

CANAIS



SERVIÇOS



VAREJO E E-COMMERCE

VAREJO E E-COMMERCE

Varejo conversacional

O varejo conversacional está crescendo rapidamente. As plataformas de varejo usam chatbots e assistentes de voz para tornar as compras mais rápidas, simples e personalizadas. Os clientes podem até mesmo concluir uma transação, do início ao fim, sem sair da janela de chat do seu celular.



Temporadas de promoções online e globais

Em nossa análise das interações de mensagens da temporada de promoções de 2024, identificamos duas tendências significativas que estão ganhando força.

Primeiro, as marcas com operações físicas e online estão priorizando cada vez mais as vendas digitais, otimizando a eficiência da cadeia de suprimentos e mitigando a saturação de lojas físicas e as interrupções operacionais.

Os consumidores, por sua vez, parecem estar mais do que dispostos a obter descontos no conforto de suas casas. Além disso, as tendências do varejo estão evoluindo tanto nos mercados do Oriente quanto do Ocidente. Conceitos promocionais como a Black Friday e a Cyber Monday, originados nos Estados Unidos, estão ganhando impulso na região da Ásia-Pacífico e em outras regiões do Oriente, e os varejistas locais estão adaptando esses eventos às preferências regionais.

Ao mesmo tempo, as principais plataformas de comércio online do Oriente, como a Temu, estão expandindo sua presença nos mercados ocidentais, introduzindo estratégias como incentivos de compra baseados em aplicativos e gamificação, que há muito tempo prevalecem no comércio do Oriente. A CPaaS oferece às marcas a flexibilidade de usar as táticas que melhor funcionam para cada mercado e setor industrial.

Moda rápida, serviço rápido

As plataformas de varejo especializadas em moda e acessórios são pioneiras no design de experiências do cliente que atendem à necessidade de velocidade das gerações mais jovens.

1

Simplificando e agilizando a busca pelos produtos que procuram

2

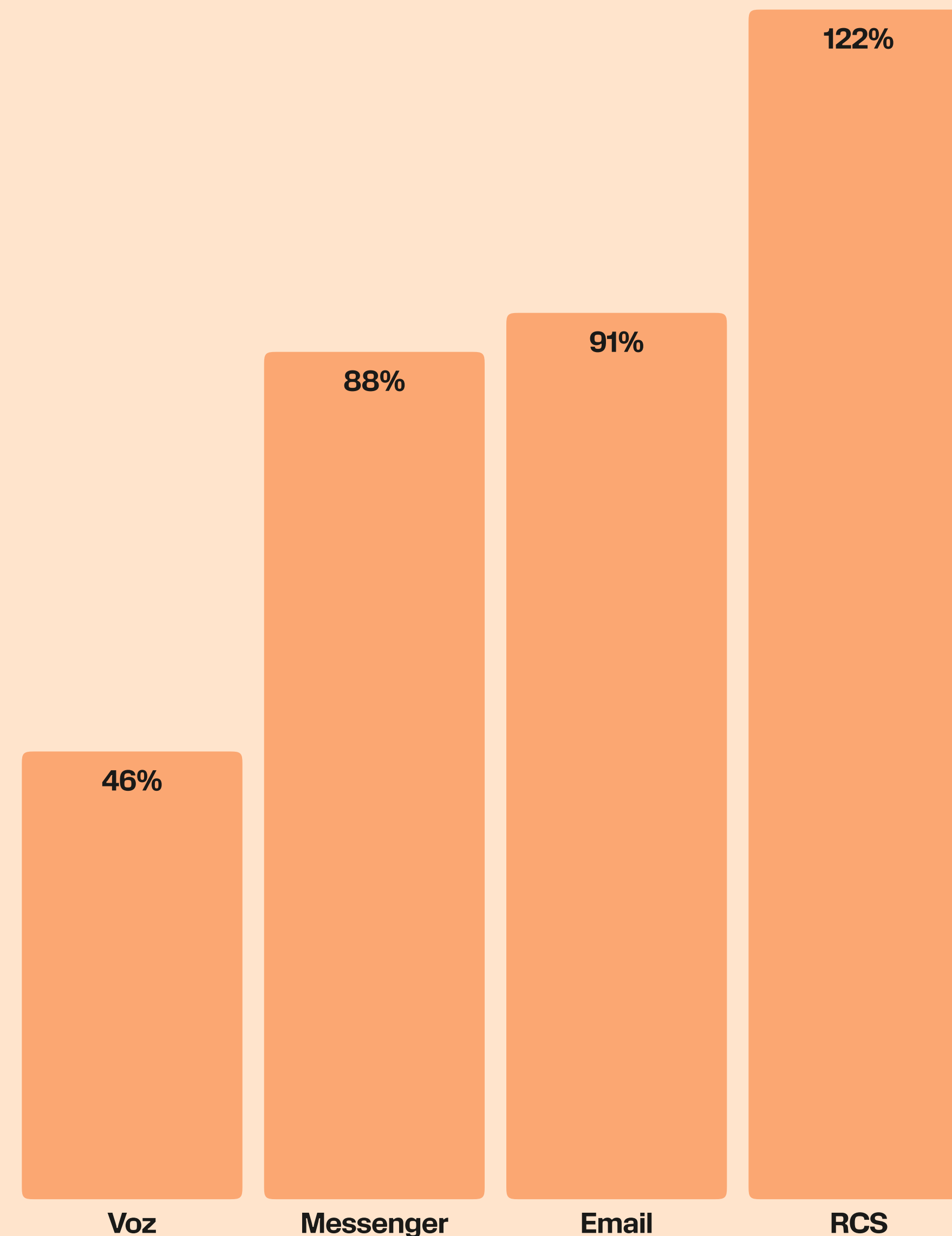
Usando dados para criar sugestões personalizadas e oferecer alternativas

3

Garantindo que o processo de compra seja o mais rápido e fluido possível

4

A entrega no dia seguinte ou até mesmo no mesmo dia está se tornando a regra, com notificações ultraprecisas para manter os compradores informados





Telcos convertidas em facilitadoras de tecnologia

As telcos já não são apenas provedoras de conectividade; elas estão evoluindo para facilitadoras de CPaaS e SaaS, oferecendo APIs de mensagens, autenticação, soluções de segurança e modelos avançados de monetização. Cada vez mais ouvimos a frase **"de telcos a techcos"**, e é verdade.

APIs de rede

Observamos que as telcos começam a aproveitar um de seus ativos mais poderosos: as APIs de rede. Elas podem dar suporte a uma variedade de casos de uso geradores de receita, desde autenticação e verificação de números até verificação de localização.

Uma das áreas de expansão mais interessantes para as APIs de rede é a integração com o RCS para permitir a verificação silenciosa de usuários ou a verificação de troca de SIM, usando o RCS como uma camada de segurança adicional.

Adoção de mensagens ricas

A transição para a mensageria rica e interativa está se acelerando agora que o RCS está disponível no iOS e as empresas estão investindo em interações verificadas e personalizadas com os clientes.

Essa tendência oferece às empresas de telecomunicações uma oportunidade geracional para diversificar sua oferta e abrir novas e vastas oportunidades de geração de receita.

Como um canal nativo das telecomunicações, ao dar suporte ao RCS, as empresas de telecomunicações podem otimizar sua própria mensageria e vender para seus clientes corporativos.

FORTE CRESCIMENTO EM CANAIS TRADICIONAIS



Email

105%



SMS

48%

PANORAMA PARA AS PLATAFORMAS

2025 e além



Como vimos, 2024 foi um ano dinâmico para as empresas de plataformas, mas já em 2025 estamos acompanhando novas tendências e trabalhando com analistas para identificar como o panorama da CPaaS irá evoluir à medida que novas tecnologias surgirem, permitindo a unificação de mensageria, automação e assistência baseada em IA em uma única plataforma.

Aqui está um resumo das tendências da indústria de CPaaS que prevemos que se tornarão comuns neste ano e adiante.

Crescimento acelerado do RCS

Como vimos, o número de marcas que incorporam o RCS em suas estratégias de mensageria omnichannel **se multiplicou por 7** para aproveitar sua adequação para interações conversacionais bidirecionais. Observamos que essa tendência está ganhando impulso e prevemos que a combinação de RCS com SMS, voz, e-mail e aplicativos de mensagens como o WhatsApp, que já contam com um conjunto consolidado de funcionalidades empresariais, se tornará a norma.

As empresas em regiões com suporte limitado de operadoras para o RCS vão pressionar por uma adoção acelerada, o que terá um impacto nos volumes globalmente durante 2025 e nos anos seguintes.

Em 2025, também será observado um aumento no uso de **IA com o RCS**. Ao contrário do SMS, os chatbots distribuídos por meio do RCS podem incluir funcionalidades interativas como fluxos de conversa estruturados, imagens e carrosséis, GIFs, sugestões de respostas e ações, e a opção de transferir a conversa para um agente humano quando necessário.

A integração com plataformas como o **Vertex AI do Google** proporciona a esses chatbots a capacidade de acessar análises em tempo real e operações de mineração de dados que permitirão aos usuários verificados acessar informações detalhadas apenas enviando uma mensagem RCS.

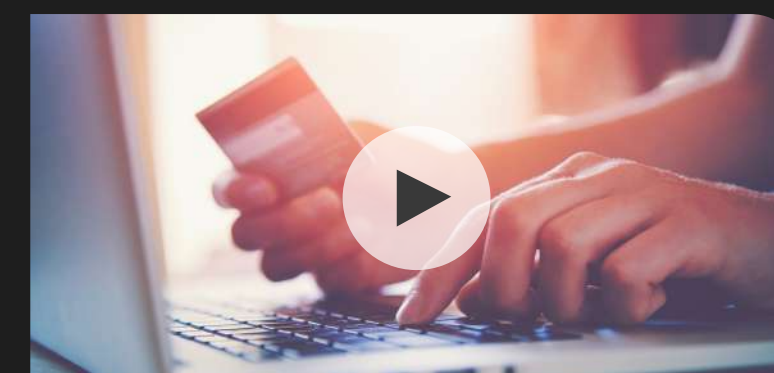
CONVERSAS EDUCATIVAS

← Bank Global



Você tem vídeos educativos onde eu possa ver como usar o meu mBanking?

Claro, João. Aqui você encontra uma lista de vídeos explicando as nossas funcionalidades.



mBanking

Explore funcionalidades do mBanking

Aqui está outra seleção de vídeos que podem ser interessantes para você.



Plataformas ajudando seus clientes a progredir sua maturidade com IA

Muitas empresas investiram em projetos de IA, mas muitas ainda **não obtiveram um retorno sobre o investimento**. Isso se deve a uma combinação de fatores: em primeiro lugar, elas adotaram uma abordagem dispersa, incorporando a IA em diversos fluxos de trabalho e pontos de contato com o cliente, sem analisar com a devida atenção onde ela agregaria valor real.

Mesmo as marcas que realizaram projetos-piloto com sucesso travaram na hora de escalá-los em nível corporativo. A **complexidade** de incorporar a infraestrutura de IA a sistemas existentes, os níveis de colaboração interdepartamental necessários e os desafios de proteger os dados utilizados no aprendizado de máquina em nível empresarial fizeram com que esses projetos estagnassem.

Todos os projetos de IA de sucesso que vimos seguiram um caminho similar. Um caso de uso único é identificado, equilibrando a simplicidade com benefícios tangíveis para o negócio. Uma vez que o conceito é testado, ele é colocado em produção e integrado à organização. O modelo de sucesso pode ser aplicado a outros casos de uso mais complexos.

É aqui que os provedores de plataforma podem desempenhar um papel fundamental, fornecendo a infraestrutura e a tecnologia necessárias para suportar implementações de **IA coesas e seguras em múltiplos canais e casos de uso**.

Por isso, desenvolvemos nossa **plataforma de orquestração de experiências conversacionais (CXOP)**, que utiliza agentes de IA para ajudar as marcas a ir além dos fluxos de trabalho estáticos e baseados em regras, para entregar conversas dinâmicas e orientadas a objetivos em casos de uso de marketing, vendas e suporte.

Os casos de uso onde a IA com agentes pode oferecer um retorno sobre o investimento (ROI) sólido são praticamente ilimitados. Imagine agentes impulsionados por IA que não apenas possam responder a perguntas complexas, mas também gerenciar transações e interagir de forma conversacional para recomendar soluções e produtos baseados em grandes volumes de dados próprios e de primeira mão.

COM A CXOP, AS EMPRESAS PODEM:

1

Oferecer interações de IA empáticas e orientadas a objetivos em todos os canais

2

Reduzir drasticamente os tempos de resposta e os custos de serviço por meio da automação

3

Aumentar a conversão de leads e o desempenho das campanhas com personalização em tempo real

4

Apoiar equipes híbridas com intervenção humana em casos complexos

5

Fazer lançamentos rapidamente com opções de implementação sem código ou com código-fonte

6

Reduzir os custos de aquisição de clientes

CONCLUSÃO

Com o lançamento da CXOP, estamos entusiasmados para trabalhar com os clientes da nossa plataforma. Vamos ajudá-los a impulsionar a experiência do cliente para o futuro e fidelizá-los por meio da empatia e da compreensão.

As vantagens da Infobip

[CONTACT US](#)


Alcance global e presença Local

- ✓ Mais de 9700 conexões globais
- ✓ Conectamos mais de 7 bilhões de pessoas e coisas
- ✓ Forte base de clientes empresariais
- ✓ Mais de 75 escritórios em 6 continentes

Nossa presença local nos permite reagir de forma rápida e ter interações diárias com nossos clientes, fornecendo soluções alinhadas às suas necessidades, requisitos locais e baseadas nas melhores práticas globais.

Experiência excepcional para o cliente

- ✓ Especialização técnica
- ✓ Consultoria de soluções e CX
- ✓ Gerenciamento de sucesso do cliente
- ✓ Suporte 24/7 e monitoramento de rede

Nós o ajudaremos a começar e a continuar, seja prestando assistência com integrações, mensageria com melhores práticas ou consultoria de soluções.

Soluções escaláveis, rápidas e flexíveis

- ✓ Melhores taxas de entrega da categoria
- ✓ Alta velocidade e confiabilidade
- ✓ Baixa latência
- ✓ Plataforma desenvolvida internamente

Nossas soluções são criadas para se adaptar às constantes mudanças do mercado e às tendências de comunicação em velocidade e níveis de precisão e personalização que apenas uma solução interna pode oferecer.

Infraestrutura própria

- ✓ Serviços disponíveis localmente
- ✓ Conformidade com regulamentações locais
- ✓ Mais de 40 data centers em todo o mundo

Nossa infraestrutura global escala facilmente na horizontal, aproveitando o modelo de nuvem híbrida para nunca ficar sem recursos. Nossa engine global de conformidade integrada é consistentemente atualizada com as mais recentes regulamentações e requisitos operacionais.



RCS Business Messaging Established Leader 2024
AIT Prevention Established Leader 2024
CPaaS Established Leader 2024



Gartner® Magic Quadrant™
for CPaaS 2025
Infobip is named a Leader



Infobip named to Fast Company's
Annual List of the World's
Most Innovative Companies of 2024



Metrigy CPaaS MetriRank
Infobip named as a top
CPaaS provider 2023, 2024 z



IDC MarketScape
CPaaS Leader 2021, 2023, 2025



Omdia Universe
CPaaS Leader 2022, 2023



One communication platform.
Billions of conversations.