

Tendências de 2025



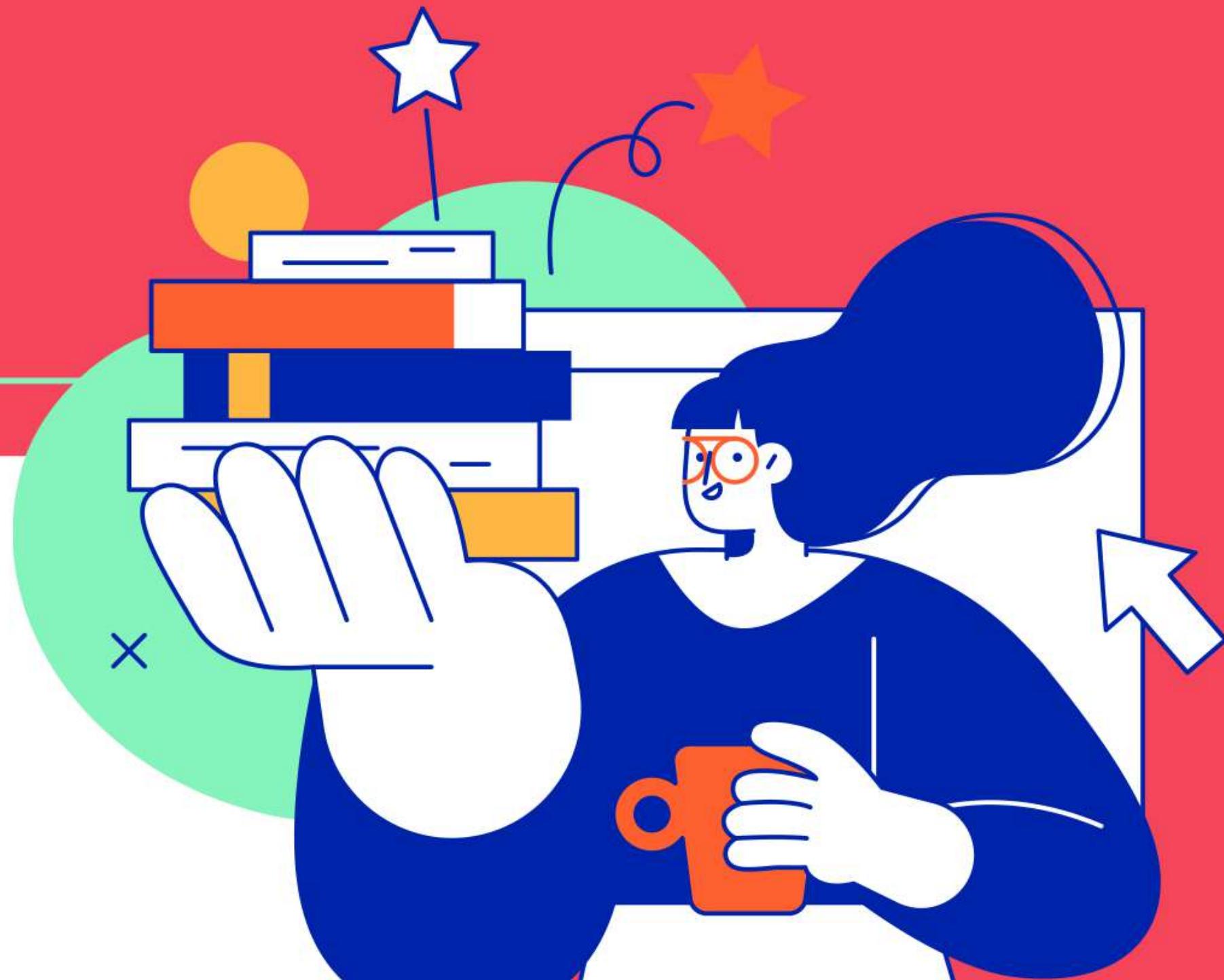
*O que vem por aí e
como isso pode
ajudar seu negócio!*

SEBRAE

Introdução

Se você está pronto para dar aquele salto na sua empresa e sair na frente, 2025 promete trazer muitas oportunidades incríveis. Tecnologia, sustentabilidade e uma pitada de criatividade estão moldando o mercado e, com um pouco de visão, você pode transformar essas tendências em vantagens reais.

Não precisa entender de robô ou internet das coisas (ainda!), mas saber o que está vindo por aí é fundamental para tomar decisões mais certeiras. Então, prepare-se para descobrir as novidades que vão fazer a diferença no seu negócio e como cada uma delas pode ser sua aliada no crescimento.



CAPÍTULO 1

O novo jeito de encantar clientes: criando uma experiência personalizada com inteligência artificial

Você já deve ter escutado falar sobre a inteligência artificial (IA) em vários lugares, mas o que ela realmente significa para o seu negócio? Em 2025, a IA estará ainda mais acessível, trazendo oportunidades incríveis para empresas de todos os tamanhos, inclusive as pequenas e médias.

Imagine poder entender o que o cliente quer antes mesmo de ele dizer! A IA faz exatamente isso: ela analisa um monte de dados – como o que os clientes compraram, os produtos que mais pesquisaram, ou o que andaram comentando nas redes sociais – e, com essa análise, ajuda a criar campanhas e estratégias de vendas que falam direto ao coração do consumidor.



Quais são as tendências para 2025?

1

Personalização em massa

Com a IA, você pode deixar o seu atendimento com cara de exclusivo. Em vez de mandar o mesmo e-mail para todos os clientes, a IA permite enviar uma mensagem personalizada, como se você estivesse conversando só com aquele cliente. Isso deixa a experiência do cliente muito mais especial e aumenta as chances de ele voltar.

Quer um exemplo? Imagine que você tem uma loja online de roupas e um cliente acabou de comprar uma camiseta. Com a IA, em vez de mandar um e-mail padrão agradecendo, você envia uma mensagem personalizada sugerindo uma calça que combine com a camiseta que ele escolheu. Isso oferece uma experiência especial para aquele cliente.

2

Previsão de tendências de compra

Já pensou em saber o que os clientes vão querer comprar antes mesmo de eles saberem? A IA ajuda a fazer previsões de comportamento, ou seja, identifica o que está na cabeça dos clientes, aumentando suas chances de vender exatamente o que eles estão procurando.

Imagine só: você tem um restaurante e a IA pode identificar que a maioria dos clientes costuma pedir um prato específico durante o verão. Com essa informação, você já pode preparar o estoque e criar promoções estratégicas para essa época do ano, aproveitando ao máximo o aumento na demanda.

3

Automação Inteligente

Sabe aquele tempão que você gasta com tarefas repetitivas? A IA pode automatizar várias dessas tarefas, como responder a dúvidas comuns, enviar lembretes de compras ou até sugerir produtos complementares para o cliente. Menos tempo com a parte burocrática e mais tempo focado no que realmente importa!

Quer um exemplo? Imagine que sua loja online tem clientes que, às vezes, abandonam o carrinho antes de finalizar a compra. Com a IA, você pode programar o envio automático de um lembrete, oferecendo até um pequeno desconto para finalizar a compra. Assim, você recupera vendas sem precisar fazer o trabalho manualmente, deixando mais tempo para outras tarefas!

Como as pequenas empresas podem aproveitar a IA?

Você não precisa investir uma fortuna para começar a usar IA no seu negócio. Algumas ferramentas já vêm com inteligência artificial embutida e são acessíveis mesmo para micro e pequenas empresas. Plataformas de e-mail marketing, por exemplo, ajudam a segmentar o público e enviar mensagens personalizadas sem muito esforço. E até mesmo redes sociais, como Instagram e Facebook, já estão usando IA para recomendar conteúdos e anúncios aos seus seguidores.

Dica prática do Sebrae!

Se você ainda não usa uma plataforma de e-mail marketing, é uma boa hora para considerar! Elas podem ajudar a personalizar o contato com o cliente e melhorar a comunicação de forma automática e sem complicações.



CAPÍTULO 2

Mostre e encante por meio da realidade aumentada para atrair o cliente

Imagine oferecer ao cliente uma experiência na qual ele pode “experimentar” o produto mesmo antes de comprá-lo, tudo de forma digital e interativa. Esse é o poder dos vídeos interativos e da realidade aumentada (RA)! Com essas tecnologias, o consumidor se sente mais próximo e confiante, podendo visualizar seu produto de todos os ângulos e até vê-lo “em ação”. Não importa se é um móvel, uma roupa ou um curso online, essas ferramentas ajudam a criar um envolvimento mais profundo com a marca e a aumentar as chances de vendas.

1

Experiência de compra imersiva

Não é novidade que os clientes querem se sentir seguros nas compras, especialmente online. A realidade aumentada ajuda a diminuir essa barreira, permitindo que o cliente visualize o produto no ambiente dele, como se fosse parte dele.

Como usar: se você tem uma loja de móveis, por exemplo, pode usar apps de RA que permitem ao cliente ver como um sofá ficaria na sala de casa. Isso pode ser feito com aplicativos específicos que leem o espaço pela câmera do celular.



Benefício: ao oferecer essa experiência, o cliente vê o sofá na sala dele, entende se o tamanho e a cor combinam com o ambiente e decide com mais segurança. Isso tira aquela incerteza comum de compras online e deixa o cliente mais à vontade para fechar a compra.



Vídeo interativo para aumentar o engajamento

Vídeos interativos oferecem uma experiência personalizada: o cliente escolhe o que quer ver e explora o produto de forma autônoma. Esse tipo de conteúdo é excelente para apresentar um produto com muitas variações, como cores ou funcionalidades.



Como usar: imagine uma loja de maquiagem que cria um vídeo em que a cliente escolhe tons de batom para “testar” no rosto. Com essa experiência, ela entende como o produto se adapta a ela, o que aumenta a confiança e a vontade de comprar.

Benefício: o cliente fica mais engajado, porque sente que está no controle da experiência. É uma ótima forma de mostrar mais sobre o produto, sem sobrecarregá-lo com informações.



Provadores virtuais para varejo de moda

Provadores virtuais com RA são um dos grandes avanços para lojas de moda, permitindo que o cliente “vista” a peça e veja como ela fica antes de comprar.



Como usar: existem aplicativos e plugins que permitem que o cliente visualize roupas no próprio corpo, usando a câmera do celular. Isso pode ser feito com apps de RA específicos para moda.

Benefício: o cliente se sente mais seguro ao visualizar a peça em si mesmo, o que ajuda a reduzir as devoluções e aumentar a satisfação com a compra.

CAPÍTULO 3

Conheça os chatbots: sua equipe de atendimento disponível 24 horas por dia!

Você já pensou em ter uma assistente que nunca tira férias e está sempre disponível para ajudar seus clientes? Os chatbots são essa solução! Eles proporcionam atendimento instantâneo, respondendo a perguntas e resolvendo dúvidas a qualquer hora do dia. Com isso, você pode oferecer um serviço ágil e de qualidade, garantindo que nenhum cliente fique sem resposta. E o melhor: tudo isso sem precisar de uma equipe grande! Olha só algumas vantagens dessa tendência:

1

Atendimento instantâneo



Os clientes esperam respostas rápidas. Com um chatbot, você pode garantir que todas as perguntas sejam respondidas em tempo real, mesmo fora do horário comercial. Imagine que um cliente entra no seu site à meia-noite e tem dúvidas sobre um produto. O chatbot pode fornecer as informações de que ele precisa, levando-o a finalizar a compra sem precisar esperar pelo atendimento humano.



Como usar: utilize plataformas de criação de chatbots que se integram ao seu site ou às redes sociais.

Esses bots podem responder a perguntas frequentes, como horários de funcionamento, informações de produtos ou até mesmo confirmar pedidos.

Benefício: reduz o tempo de espera e aumenta a satisfação do cliente, que se sente valorizado e atendido.



Atendimento personalizado

Com a inteligência artificial, os chatbots podem aprender com as interações e oferecer um atendimento cada vez mais personalizado. Eles podem lembrar preferências e histórico de compras. Se um cliente sempre compra produtos de beleza específicos, seu chatbot pode recomendar novos itens da mesma linha assim que ele entrar em contato. Isso mostra que você conhece suas preferências e valoriza seu interesse.



Como usar: configure seu chatbot para coletar informações básicas, como nome e preferências, nas interações iniciais. Com isso, ele pode personalizar as respostas.

Benefício: o cliente se sente especial e bem atendido, aumentando a chance de retorno.



Redução de custo com atendimento

Ao automatizar perguntas comuns, você libera sua equipe para se concentrar em tarefas que realmente precisam de um toque humano, como resolver problemas mais complexos. Sua equipe pode dedicar mais tempo a clientes que precisam de ajuda para escolher produtos, enquanto o chatbot cuida de perguntas simples, como “qual é o prazo de entrega?”.



Como usar: analise as perguntas mais frequentes e programe o chatbot para responder a elas. Isso economiza tempo e recursos.

Benefício: menos tempo com perguntas repetitivas significa mais tempo para foco em vendas e atendimento personalizado.

CAPÍTULO 4

O poder do marketing verde em 2025: a tendência que chegou para ficar

Não é apenas na inteligência artificial que seus clientes estarão de olho, mas também na inovação sustentável que você oferece. Hoje, mais do que nunca, os consumidores estão preocupados com o impacto ambiental das empresas. Ser sustentável não é apenas uma tendência; é uma necessidade!

Quando você adota práticas sustentáveis, está mostrando que sua empresa se importa. Isso pode ser o diferencial que faz um cliente escolher você em vez da concorrência.

5 *passos para inovar de forma sustentável*



1. Avalie seu impacto:

Comece analisando suas operações atuais. Quais são os principais impactos ambientais do seu negócio? Considere o uso de energia, água, desperdício e emissões de carbono. Essa avaliação inicial é fundamental para identificar áreas de melhoria.



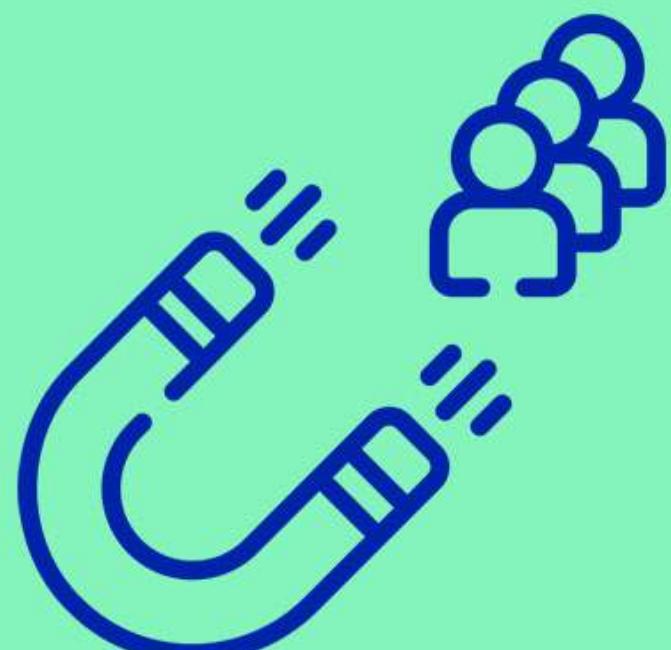
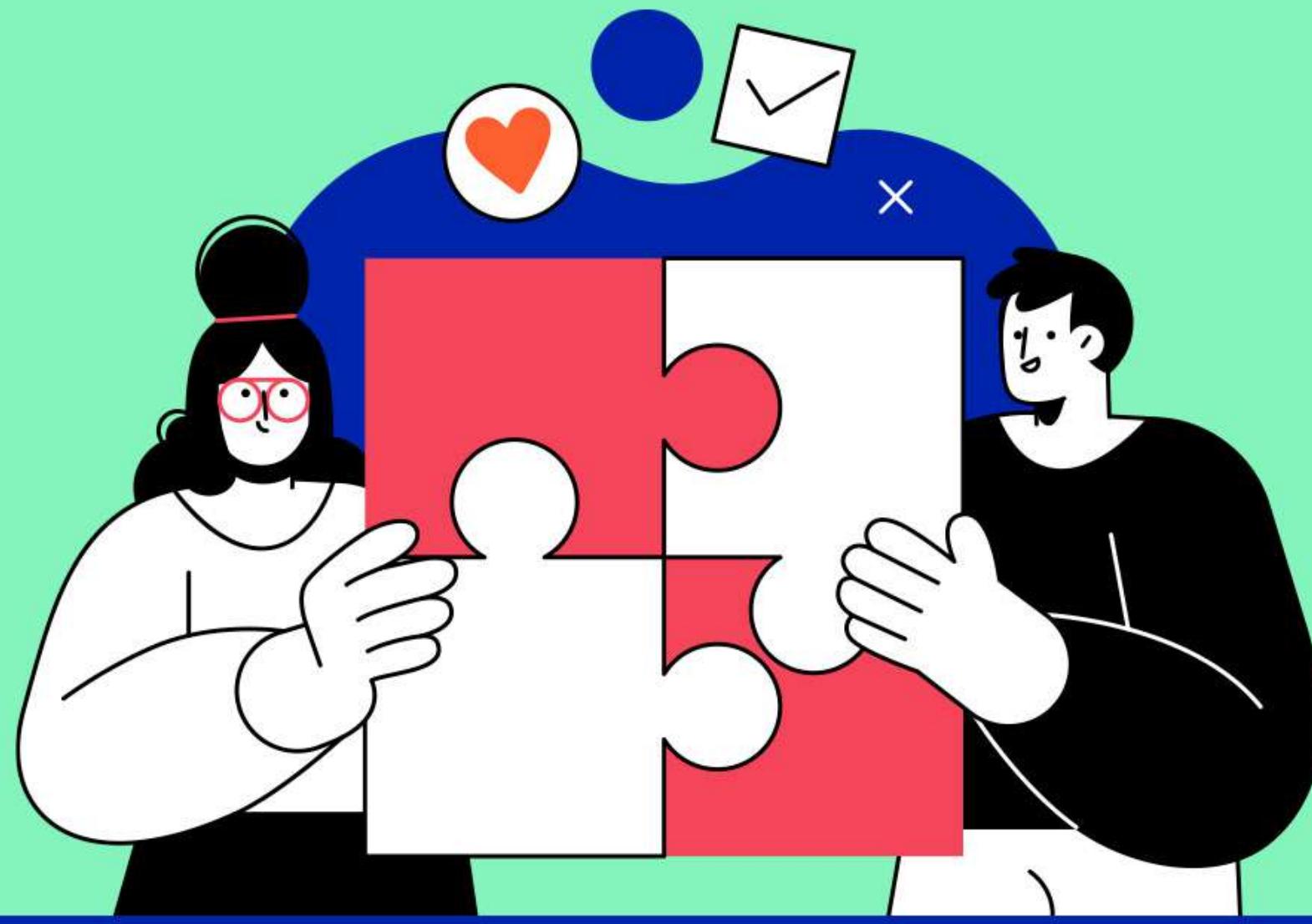
2. Estabeleça metas sustentáveis:

Com base na sua avaliação, defina metas claras e alcançáveis. Isso pode incluir reduzir o consumo de energia em 20% nos próximos dois anos ou implementar um programa de reciclagem. Ter objetivos específicos ajuda a manter o foco e medir o progresso.



3. Inove em produtos e processos:

Pense em como você pode reinventar seus produtos ou serviços para serem mais sustentáveis. Isso pode significar utilizar materiais reciclados, desenvolver embalagens biodegradáveis ou criar um serviço que promova a economia circular. Inovação não precisa ser apenas sobre novos produtos, mas também sobre melhorar o que já existe.



4. Engaje seus colaboradores:

A sustentabilidade deve ser um esforço coletivo. Envolva seus funcionários no processo, incentivando ideias e sugestões para tornar o ambiente de trabalho mais sustentável. Organize workshops ou treinamentos sobre práticas verdes e crie um clima de inovação.



5. Comunique suas iniciativas:

Depois de implementar mudanças, não se esqueça de compartilhar com seus clientes e a comunidade. Utilize as redes sociais, seu site e outros canais de comunicação para mostrar como sua empresa está fazendo a diferença. Isso não apenas reforça sua imagem de marca, mas também inspira outras empresas a seguir o mesmo caminho.

CAPÍTULO 5

É hora de inovar, mas tem de ser do jeito certo!

Nós sabemos que as novidades do mundo tecnológico acontecem de forma muito rápida, e é difícil acompanhar! Mas, antes de colocar em prática tudo que vimos até agora e começar 2025 com o pé direito, é preciso fazer tudo do jeito certo, especialmente quando falamos de ética, privacidade de dados e transparência.

Primeiro de tudo, vamos falar sobre privacidade. Ser claro sobre como você coleta, usa e armazena os dados dos seus clientes é um grande diferencial. Não é só sobre seguir regras; é sobre construir um relacionamento de confiança. O consumidor quer saber que sua informação está segura e que você está agindo com respeito.

O papel do marketing ético em 2025



Transparência nas práticas de coleta de dados

As marcas precisam ser abertas sobre como coletam dados. Isso significa informar os consumidores sobre o que está sendo coletado, por que e como será utilizado. Um marketing ético começa com a honestidade.

2

Consentimento informado

É fundamental obter o consentimento dos consumidores antes de coletar seus dados. Isso não só é uma prática ética, mas também um requisito legal em muitos lugares. Oferecer opções claras de querer ou não compartilhar dados ajuda a respeitar a decisão do consumidor.

3

Uso responsável dos dados

Uma vez que os dados são coletados, é importante usá-los de maneira responsável. Isso significa não compartilhar informações com terceiros sem permissão e garantir que os dados sejam armazenados de forma segura.



Como o *blockchain* entra em cena?

Imagine um caderno a que várias pessoas têm acesso. Cada vez que uma nova informação é registrada, como uma compra ou uma transação, todos recebem uma cópia atualizada desse caderno. Esse registro é chamado de "bloco". Quando um bloco é preenchido, ele é "fechado" e ligado ao bloco anterior, formando uma cadeia de blocos — por isso o nome blockchain (cadeia de blocos). O blockchain pode ser uma ferramenta poderosa para garantir a transparência nas práticas de marketing. **A seguir** estão algumas maneiras simples de implementá-lo:

1

Rastreamento de dados

O blockchain permite que as empresas rastreiem como os dados dos consumidores são coletados e utilizados. Com um registro, os consumidores podem ver exatamente como suas informações estão sendo tratadas.

2

Transparência nas transações

Ao utilizar o blockchain, as marcas podem oferecer provas verificáveis de suas práticas de coleta de dados. Isso ajuda a construir confiança, pois os consumidores podem verificar as alegações feitas pelas empresas.

3

Segurança aprimorada

As informações dos consumidores podem ser protegidas contra fraudes e vazamentos, reforçando a segurança e a privacidade.

Dica do Sebrae!

Ao adotar práticas responsáveis, você não só protege seus consumidores, mas também constrói uma reputação sólida para sua marca no mercado. Vamos juntos nessa jornada para garantir que o progresso tecnológico venha acompanhado de responsabilidade e ética?

Conclusão

A tecnologia está avançando a passos largos e isso é uma oportunidade de ouro para os empreendedores. Em 2025, as tendências apontam para um cenário onde a personalização será ainda mais valorizada. Por isso é essencial começar a planejar suas metas para o próximo ano agora. Como se pode criar experiências mais personalizadas e garantir que sua empresa seja sinônimo de transparência? A confiança dos seus clientes é o que vai impulsionar o seu negócio para o sucesso.

Estamos em um momento empolgante de muitas novidades, e o futuro reserva grandes oportunidades para aqueles que estão dispostos a se adaptar e inovar. **Então, abrace essas mudanças, e que tal iniciar essa caminhada agora?**

***Tem alguma dúvida?
O Sebrae/MS está sempre disponível
para te ajudar nessa nova fase!***





[**ms.sebrae.com.br**](http://ms.sebrae.com.br)



0800 570 0800



Sebrae.MSul



sebraems



0800 570 0800