



Mercado Digital

Patricia Knebel, de São Francisco

patricia.knebel@jornaldocomercio.com.br

Confira, diariamente, no blog Mercado Digital, conteúdos sobre tecnologia e inovação. Para acessar, aponte a câmera do seu celular para o QR Code.

jornaldocomercio.com/mercadodigital



Visão de cliente zero mudou o jogo da Slack, afirma CEO

700 milhões de mensagens enviadas diariamente. 4 milhões de usuários trabalhando diretamente com equipes externas a cada semana e 3 milhões de fluxos de trabalho diários.

O Slack, plataforma de colaboração em equipe que unifica conversas, ferramentas e informações com o objetivo de aumentar a produtividade, já está na era dos agentes de Inteligência Artificial.

Mas, a CEO da Slack, Denise Dresser, fez questão de destacar, durante o Dreamforce 2025, que esse uso está sendo feito a partir da construção de confiança por meio da transparência e com feedback constante para tornar as ferramentas de IA melhores.

Ela participou do painel "A Team" for the Agentic Era" com a Chief People Officer da Salesforce, Nathalie Scardino durante a conferência da Salesforce que aconteceu na semana passada em São Francisco (EUA), reunindo cerca de 50 mil pessoas. A Slack foi adquirida pela Salesforce em 2020 por US\$ 27,7 bilhões.

A executiva do Slack cita a lógica criada pela empresa, e que tem dado certo. "Nos colocamos como o cliente zero para ver os momentos bons, ruins e aqueles em que poderíamos ser melhores. E isso fez toda a diferença, porque quando implementamos algo internamente, nunca pensamos: está perfeito. "Estamos usando a



Denise destacou jornada de implantação dos agentes de IA

nossa própria tecnologia e é nossa responsabilidade dar feedback e torná-la melhor", acrescenta.

Denise Dresser comenta que os agentes de IA estão aprendendo à medida que trabalham, e para isso eles precisam de contexto e de reforço. Ela conta que quando a Slack implantou o seu agente de vendas pela primeira vez, não foi perfeito. "Tivemos que criar a mentalidade e a confiança da equipe de vendas para entender que era isso que os nos-

so clientes passariam. É exatamente assim que eles vivenciariam nossa tecnologia", recorda.

O fato de ser o 'cliente zero' faz com que os times internos da empresa usem, testem e, com isso, entendam de forma muito clara como precisam evoluir o produto.

"Pensamos: os nossos clientes passarão pela mesma implementação. Sem dúvida, essa iniciativa de cliente zero mudou o jogo e está presente em toda a organização", ressalta Denise Dresser.

Para a CEO da Slack, os agentes de IA não são como qualquer outra tecnologia. Ao olhar para o futuro, ela destaca que a potência do mundo digital e da AI estão nos mostrando que, em breve, poderemos realmente ter um assistente pessoal digital nos acompanhando e ajudando o tempo todo.

A líder de pessoas da Salesforce, Nathalie Scardino, destaca que, não importa o nível ou a função que alguém desempenha, todos precisam adquirir as habilidades de fluência em IA. Quem fizer isso, vai fortalecer sua caminhada de crescimento profissional.

"Na época em que as planilhas surgiram, pensávamos que seria a erradicação dos contadores. E foi o oposto. Hoje eles fazem um trabalho de maior valor. Então, para nós, a primeira coisa é que as pessoas testem, interajam com a tecnologia", sugere.

IA expande potencial da humanidade, diz COO da Open AI

A Salesforce está fortalecendo a sua parceria com a OpenAI. "É uma empresa incrível", disse o cofundador e CEO da Salesforce, Marc Benioff, ao chamar o COO da OpenAI, Brad Lightcap, ao palco para falar sobre a visão de futuro da empresa.

A companhia fundada por Sam Altman tem sido fundamental na revolução que tem tornado a Inteligência Artificial cada vez mais próxima das pessoas. "Acreditamos que os sistemas de IA estão desbloqueando o potencial da humanidade a níveis que hoje ainda não podemos compreender", disse.

E como isso irá acontecer? Lightcap comenta que será preci-

so se integrar aos sistemas e ferramentas que as pessoas usam, depois ser capazes de criar novas experiências para que as pessoas

façam mais. "Isso tudo não basta, pois tudo deverá ser baseado na confiança. Precisamos chegar lá", disse.



Para gestor, IA precisa se integrar aos sistemas que as pessoas usam

Williams Sonoma lança agente subchefe para apoiar clientes na cozinha

Foi batizada de Olive, uma agente de IA subchefe que ajuda os clientes a planejar cardápios, descobrir produtos e executar receitas com confiança ao comprar no site da Williams Sonoma. A ferramenta é mais um passo da empresa na direção dos agentes de Inteligência Artificial.

A varejista especializada em especialidades Williams-Sonoma, está utilizando o Agentforce 360, da Salesforce, solução que integra agentes de IA com especialistas humanos, em todos os seus sites de marca. O objetivo implementar agentes de IA para reforçar o atendimento ao cliente e aprimorar as experiências dos compradores.

"Estamos focados em aprimorar o

atendimento ao cliente excepcional pelo qual nossas marcas são conhecidas", afirma a presidente e CEO da Williams-Sonoma, Inc, Laura Alber.

Em breve, a Olive poderá analisar dados, inferir intenções e entregar um plano personalizado para experiências como organizar e preparar, por exemplo, o jantar ou criar um cardápio detalhado com receitas enquanto gera uma lista de compras e recomenda os utensílios de cozinha certos. "A Olive está sendo construída todos os dias, respondendo a perguntas, decorando, dando presentes, cozinhando e entretendo. É apenas um pequeno começo de muito que ainda vamos fazer", projeta a executiva.



Empresa inclui marcas como West Elm, Pottery Barn e GreenRowm

Tá na Mesa
FEDERASUL

22/OUT
das 12h às 14h

Apoio:

Jornal do Comércio
O Jornal de economia e negócios do RS

// O PREJUÍZO INVISÍVEL: IMPACTOS DO DESCAMINHO E DA FALSIFICAÇÃO NA ECONOMIA E NA SOCIEDADE



FABIANO MACHADO

Head de Relações Institucionais da B.A.T Brasil

JOÃO CARLOS DAL'AQUA
Presidente do Sulpetro



PAULO GEREMIA

Presidente do Sindha

