



O melhor do **VTEX DAY 2025**

Os highlights do maior evento de digital commerce do mundo pela perspectiva da Datum



Cinquenta mil:

esse foi o número de pessoas que estiveram no VTEX DAY 2025, o maior evento de digital commerce do mundo. Realizada em São Paulo, nos dias 02 e 03 de junho, essa edição contou com mais de 130 painéis e nomes de peso do varejo nacional e global.

O foco? **Inteligência artificial.** E não poderia ser diferente.

Nossa equipe esteve presente nas principais palestras que abordaram o uso de IA e dados por grandes organizações. Com a ajuda da nossa ferramenta de IA, documentamos essas conversas e, agora, queremos compartilhar os destaques com você! Bora conferir?



B2B Digitalizado: a nova fronteira da eficiência comercial

Palestra com Leonardo Sotocorno (Danone), William Helouani (Electrolux) e Enio Garbin (AWS)

A digitalização do B2B foi apresentada como um novo patamar estratégico, indo além da tecnologia. Os palestrantes compartilharam como estão usando dados, IA e automação para personalizar experiências, aumentar a eficiência e criar novos modelos de negócio.

Danone: com 150 mil pontos de venda, a Danone usa machine learning para automatizar pedidos, prever demanda e criar “perfect stores” com execução ideal. Promotores capturam dados em tempo real via fotos, permitindo ajustes imediatos nas lojas. Também automatizaram pedidos com grandes redes, reduzindo rupturas e erros.

AWS: Enio Garbin defendeu a democratização dos dados no B2B, permitindo que pequenos varejistas tomem decisões melhores com base em inteligência de mercado. Segundo ele, a tecnologia deve liberar o time de vendas para funções consultivas e personalizadas. Em projetos anteriores, até 70% dos pedidos passaram a ser feitos por dispositivos móveis.

Electrolux: a empresa adaptou boas práticas do B2C para o B2B, como gestão de crédito e canais de atendimento. Ao focar em praticidade e redução de atrito, gerou mais fidelidade entre os parceiros. A humanização do relacionamento também foi um destaque.

Eficiência vs. personalização: automatizar tarefas operacionais (como pedidos via WhatsApp ou sistemas integrados) libera o vendedor para atuar como consultor. Com dados preditivos, eles podem priorizar visitas e oferecer SKUs mais adequados para cada região.

Desafios: internamente, a cultura de dados ainda é um desafio. A Danone treinou globalmente seus 90 mil colaboradores em IA. Externamente, há resistência de parceiros à automação. Logística e compliance também exigem personalizações no B2B.

Conclusão: dados e IA são essenciais para decisões mais acertadas. Combinando automação, personalização e capacitação, empresas transformam a relação com o parceiro em diferencial competitivo.



Estruturação de Dados: Como usar IA para enriquecer catálogos, além de personalizar a jornada do cliente trazendo mais conversão.

Palestra com Rafael Albuquerque (CEO da Zoox Smart Data), Leonardo Castilho (CTO & CX no Grupo Multi) e Diego Caxito (Diretor de Plataforma de Tecnologia no Grupo Casas Bahia).

Durante o painel, os participantes trouxeram exemplos concretos de como a descentralização do uso de dados, o avanço da inteligência artificial e a mudança cultural estão transformando processos, otimizando custos e melhorando a experiência do cliente.

Autonomia que gera valor

A conversa começou com um ponto-chave: a delegação de responsabilidades para as áreas de negócio fez o uso de plataformas de dados e infraestrutura crescer de forma significativa. Com mais autonomia, surgiram aplicações inovadoras – como análises voltadas à construção de projetos – e um ciclo virtuoso foi estabelecido. Os testes realizados internamente alimentaram novas possibilidades, inclusive em setores como educação, enriquecendo ainda mais a base de dados e ampliando o impacto.

Cultura de dados e colaboração entre áreas

Essa transformação não veio sem resistência. Abandonar práticas centralizadas exigiu uma mudança de mentalidade. A área de dados, antes responsável por resolver tudo, passou a atuar como facilitadora, compartilhando responsabilidades com as equipes. Com isso, áreas mais maduras começaram a apoiar outras, promovendo sinergias antes inexistentes. Metodologias colaborativas fortaleceram a cultura de aprendizado mútuo e inovação.

IA para eficiência e experiência

Um dos exemplos mais concretos foi o uso de inteligência artificial no atendimento ao cliente. A tecnologia passou a monitorar 100% das chamadas, detectando problemas em tempo real. Isso permitiu ligações proativas para resolver pendências, economizando horas de suporte e reduzindo custos com retrabalho – tudo isso com impacto direto na satisfação dos clientes. O foco não foi reduzir equipe, mas transformar a experiência e otimizar a operação.

Adaptação contínua: da cultura ao mindset digital

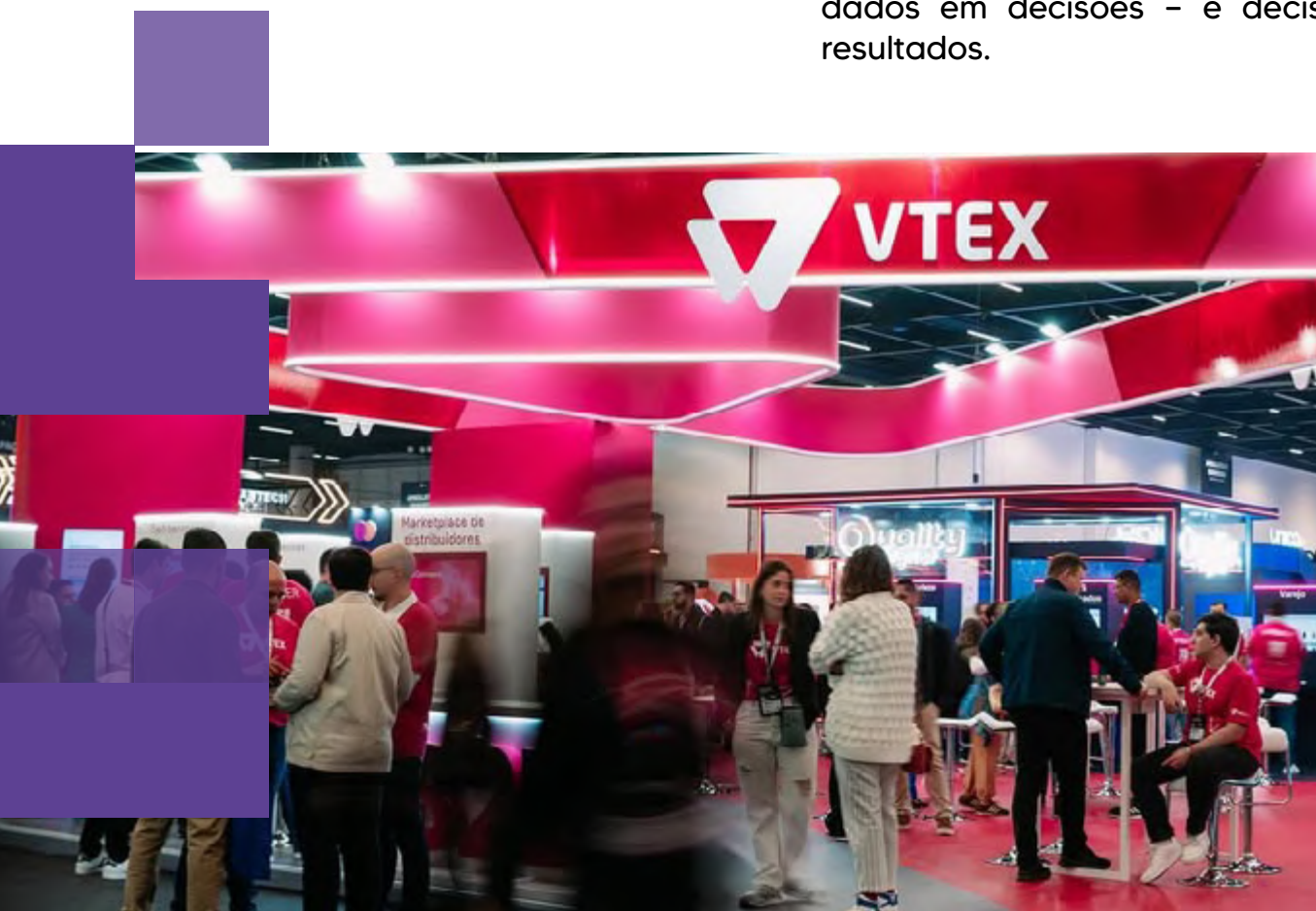
Diego ressaltou que o impacto da IA é comparável ao da eletricidade em sua época. Projetos que levavam semanas agora são executados em horas. Mas essa velocidade exige preparação. A curiosidade por IA, por exemplo, já entrou nos processos de avaliação dos colaboradores em sua empresa. O recado é claro: para não perder relevância, é preciso aprender a usar essas ferramentas – e rápido.

Personalização como diferencial competitivo

No varejo, a personalização já deixou de ser tendência e virou prática. Diego mostrou como as recomendações baseadas em comportamento e histórico de compras são combinadas com dados em tempo real nas lojas físicas. Assim, vendedores conseguem oferecer produtos alinhados aos interesses do cliente e condições pré-aprovadas de pagamento. Apesar do avanço, ele reconhece que ainda há espaço para evoluir em CRM e acertar melhor o timing das campanhas.

IA sem dados estruturados é desperdício

Por fim, Leonardo trouxe uma visão clara de futuro: a inteligência artificial é poderosa, mas não funciona sozinha. É preciso estruturar os dados e entender seu propósito antes de investir em tecnologia. Muitas empresas ainda estão na fase de “coleccionar dados”, sem gerar valor real a partir deles. A colaboração entre áreas técnicas e de negócio é essencial para transformar dados em decisões – e decisões em resultados.



Agents AI e a Hiper-Personalização aplicada no negócio

Palestra com Luís Fernando Liguor (Founder e CEO na SuperJump), Renata Castilho (VP de Marketing na Amaro), Guilherme Fuhrken (Gerente de Vendas Corporativas LATAM na NVIDIA) e Santiago Naranjo (Chief Revenue Officer na VTEX)

A conversa abordou como a inteligência artificial está revolucionando o varejo por meio da hiperpersonalização, automação de processos e criação de agentes especializados. A IA potencializa a criatividade humana, acelera processos criativos e operacionais, e permite experiências personalizadas para o cliente, sem substituir o papel estratégico, crítico e criativo dos profissionais humanos. A adaptação tecnológica contínua é essencial para aproveitar os benefícios da IA em diferentes setores, sendo fundamental que empresas e profissionais estejam preparados para a evolução exponencial dessa tecnologia.

[Confira os destaques aqui!](#)

AI Agent Revolution

Palestra com Lucca Kazan (Product Manager Core AI na VTEX), Douglas Silva (Product Manager StoreFramework Admin na VTEX) e Ericsson Lima (Head of Data & Analytics na VTEX)

Esta palestra explora a revolução dos agentes de IA no e-commerce, enfatizando a importância de agentes nativos integrados aos sistemas do setor, os desafios enfrentados na implementação para análise de dados, e exemplos práticos de automação e geração de insights. São detalhadas as bases de dados e conhecimento necessárias, além de casos como o agente de Data Insights e o Fast Store, que automatizam análises e a migração de lojas, promovendo eficiência, inovação e novas possibilidades para o comércio eletrônico.

[Confira os destaques aqui!](#)

IA sem hype: como grandes organizações garantem a agenda de inovação focada em eficiência e experiência do cliente

Palestra com Alberto Serrentino (Fundador da Varese Retail), Fred Trajano (CEO no Magazine Luiza) e Marcilio D'Amico Pousada (Presidente do Conselho de Administração na RD Saúde)

Os painelistas abordam temas como evolução do e-commerce, protagonismo de assistentes virtuais, estratégias de implementação de IA, desafios de governança, integração omnicanal, produtividade, decisões estratégicas de tecnologia, além de perspectivas macroeconômicas e setoriais. O conteúdo também explora o impacto dos juros altos, mudanças no comportamento do consumidor, desafios estruturais do Brasil e fatores de otimismo e preocupação dos líderes do setor.

Confira os destaques aqui!

IA na prática: Como a IA está sendo usada de forma concreta para escalar decisões, reduzir riscos e gerar eficiência operacional em diferentes áreas

Palestra com Carolina Nacle (Gerente de Parcerias e Alianças na ClearSale) e Rodrigo Murta (Vice-presidente de Digital & Tecnologia na Heineken Brasil)

Esta palestra explora a revolução dos agentes de IA no e-commerce, enfatizando a importância de agentes nativos integrados aos sistemas do setor, os desafios enfrentados na implementação para análise de dados, e exemplos práticos de automação e geração de insights. São detalhadas as bases de dados e conhecimento necessárias, além de casos como o agente de Data Insights e o Fast Store, que automatizam análises e a migração de lojas, promovendo eficiência, inovação e novas possibilidades para o comércio eletrônico.

Confira os destaques aqui!



 [datum_ti](#)

 [datumti](#)

 [datumit.com](#)