

Agentes de IA e o novo papel do CRM

Por que inteligência conectada e dados confiáveis se tornaram a verdadeira base do CRM na era do Agentforce

Ricardo Filippetti, Salesforce Practice Executive Director, Capgemini South Latam

Na era da IA Agêntica, o diferencial não será quem possui mais agentes, mas quem possui mais dados confiáveis. Essa é, hoje, a verdadeira moeda da transformação digital. O mercado discute agentes autônomos como se fossem a solução definitiva, mas há uma realidade inegável: sem dados sólidos, governados e integrados, não há CRM inteligente, não há personalização em escala e não há inovação sustentável. A IA não resolve o CRM, apenas acelera suas limitações.

Essa visão não é apenas conceitual. Estudos recentes do [Capgemini Research Institute](#) mostram que agentes de IA só conseguem operar de forma autônoma e gerar valor real quando estão ancorados em dados confiáveis, governados e contextualizados. Sem essa base, a IA tende a amplificar ruídos, decisões inconsistentes e experiências fragmentadas, exatamente o oposto do que se espera de um CRM orientado à experiência. O CRM tradicional é passado. Deixou de ser um sistema de registro estático e passou a ser uma operação viva, contextual e preditiva. Hoje, o CRM precisa interpretar sinais e agir em tempo real, antecipando necessidades e conectando jornadas. Isso exige uma mudança de paradigma: dados não são mais suporte técnico, são ativos estratégicos.

Essa mudança de paradigma exige uma revisão profunda. Dados deixam de ser um insumo técnico e passam a ser um ativo estratégico de negócio. Sem integração, governança e contexto, não há personalização em escala, não há confiança nos agentes autônomos e, principalmente, não há experiência consistente.

A virada de chave

É nesse cenário que o Data Cloud assume novo protagonismo e se torna a espinha dorsal dessa nova era. É ele que garante que os agentes autônomos, atuando no contexto do CRM – como ocorre no **Agentforce**, camada de agentes digitais da Salesforce –, possam operar com inteligência real. Com dados governados, ele se torna capaz de executar tarefas, interagir com clientes e parceiros e tomar decisões em tempo real, transformando o CRM em uma plataforma viva de experiência, capaz de aprender, adaptar e responder de forma contínua.

DO CRM operacional ao CRM orientado à experiência

O futuro do CRM é ser rastreável, personalizável e escalável. Ele não apenas registra interações, mas antecipa movimentos, personaliza comunicações e age de forma contextual.

Isso significa automação de processos internos, decisões mais ágeis e experiências que realmente diferenciam uma marca. A cultura data-driven não é opcional: é o que garante que a IA seja confiável e que a inovação seja sustentável.

Nesse modelo, a cultura orientada por dados deixa de ser um discurso aspiracional. Ela passa a ser a condição necessária para escalar a IA com segurança, evitar decisões opacas e garantir que a inovação seja sustentável ao longo do tempo.

O que temos visto na prática

É exatamente essa transição que temos acompanhado em grandes organizações.

Em um case recente no setor automobilístico, por exemplo, a integração de dados entre Vendas, Marketing e Pós-Vendas em uma única plataforma Salesforce permitiu construir uma visão contínua do cliente, eliminando silos operacionais.

O impacto foi direto: ciclos de venda mais curtos, maior consistência na comunicação com clientes e parceiros, novos serviços digitais e uma base sólida para evoluir o CRM rumo a agentes cada vez mais autônomos e inteligentes. Mais do que tecnologia, foi uma mudança estrutural na forma de operar o relacionamento.

Na Capgemini, temos atuado exatamente nesse ponto de inflexão: combinando estratégia, governança de dados, tecnologia Salesforce e transformação cultural para ajudar empresas a evoluírem do CRM operacional para o CRM inteligente (e preparado para a era dos agentes).

Agentforce World Tour

Para quem quer conhecer de perto esse case e entender melhor como a orientação por dados pode trazer valor real para seu negócio, deixo aqui um convite. No próximo **13 de maio**, a Capgemini estará no **Agentforce World Tour**. Acompanhe a [programação](#) e visite nosso estande. Mais do que inovação tecnológica, estamos ajudando empresas a evoluírem para o CRM inteligente, transformando o Agentforce em inovação e resultado real para o cliente.