FAST
FORWARD
XPERIENCE

web
summit
LISBON

Thriving in the age of agentic commerce
The shift
AI agents are becoming a new shopping channel
The new journey
Customer
AI agent
Retailer
websummit

Foto: curadoria FFX no Web Summit 2026

Stage 4 · Commerce Summit · 12 nov 2026 · 10:15, Lisboa

PARA A ZALANDO, O AGENTE DE IA É MAIS UMA PORTA DA LOJA, E ELA QUER ESTAR EM TODAS

Tem assistente de compras próprio, trata o ChatGPT e o Gemini como canais de venda e já exibe no app móveis de outra loja, que a sua logística não entrega.

COM A VISÃO DE NATÁLIA SCHIFINO, CURADORA DA FFX

No programa

Surviving and thriving in the age of agentic Commerce

Graeme Smith **Zalando**

CTO

ZALANDO

Maior plataforma on-line de moda e estilo de vida da Europa: vende ao consumidor pelos apps Zalando e ABOUT YOU e oferece logística e operação de e-commerce a outras marcas pelo ZEOS.

Receita de 2025 de € 12,3 bilhões (cerca de R$ 76,5 bilhões), alta de **16,8%** (Zalando, março de 2026)

Receita de € 3,17 bilhões (cerca de R$ 19,7 bilhões) no 3º trimestre de 2026, alta de **5,1%** (Zalando, novembro de 2026)

63,2 milhões de clientes ativos no 3º trimestre de 2026 (Zalando, novembro de 2026)

Comércio · Zalando

4 min de leitura

O cliente que chega à Zalando indicado por um agente de IA costuma deixar de lado a peça

sugerida.

Ele olha mais três ou quatro, pesquisa um pouco e compra outra. Graeme Smith, da Zalando, usou esse dado para mostrar que roupa é uma compra muito pensada, e não para descartar a venda fechada pelo agente, caminho que a empresa continua testando. Natália Schifino, curadora da FFX, apontou o que explica esse comportamento: comprar moda é pessoal e pede escolha cuidadosa, coisa que outros mercados não pedem. A Zalando não aposta numa porta só. Joga em três frentes ao mesmo tempo.

Natália Schifino

Curadora da FFX

Destaques de Natália

- Destacou o caminho inverso ao do agente próprio: o ChatGPT e o Gemini levando o cliente até a Zalando.

Smith explicou a diferença com uma comparação: “Comprar moda não é como comprar um cabo HDMI.” Quem compra roupa pensa no look inteiro e na ocasião, como um casamento ou uma viagem. Para ele, um agente de fora, sem os dados da Zalando, não dá conta disso. Natália destacou o acervo de dados que a empresa trata como a base da sua vantagem: mais de 10 mil tabelas de medidas, roupas escaneadas em 3D, medidas do corpo enviadas por dezenas de milhares de clientes por semana e devoluções que mostram qual peça veste menor ou maior. Cada decisão tomada com IA gera dado novo, que volta para essa base e a deixa mais forte.

A primeira frente é o agente próprio, que só vira venda se o cliente voltar. “Se você quer que as pessoas continuem vindo direto ao seu negócio, precisa dar a elas motivos para isso”, disse Smith. O Zalando Assistant, lançado em 2023, conversa com o cliente e se adapta a ele. Quem abre o assistente vê sugestões de conversa que mudam conforme o que fazia no app. E **40% das conversas começam num clique nelas, não num texto digitado**. Segundo Smith, isso acabou ensinando o cliente a pedir.

Slide apresentado por Graeme Smith no palco

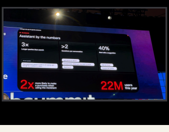
recriado em português pela FFX

O ASSISTENTE EM NÚMEROS

2x mais chance de comprar quando se usa o assistente

3x consultas mais longas que na busca

40% começam com uma sugestão



Slide de Graeme Smith, traduzido pela FFX.

A segunda frente abre a porta aos agentes dos outros. "Hoje não bloqueamos nenhum agente", disse Smith. A empresa barra só os robôs que copiam dados do site e trata o ChatGPT e o Gemini como mais um canal. Natália destacou a premissa por trás disso: **nenhuma era de consumo morreu, e loja física, site, app e IA convivem**. Como em cada era lucrou mais quem testou cedo, a Zalando foi por etapas. Ajustou o catálogo para aparecer nas buscas feitas com IA e testou anúncios no ChatGPT no Reino Unido, com resultados ainda em avaliação. Também se integrou ao protocolo de compras do Google, que vai permitir pagar ali mesmo quando o serviço chegar à Europa. "Não sei quantas pessoas vão de fato usar o checkout", disse Smith.

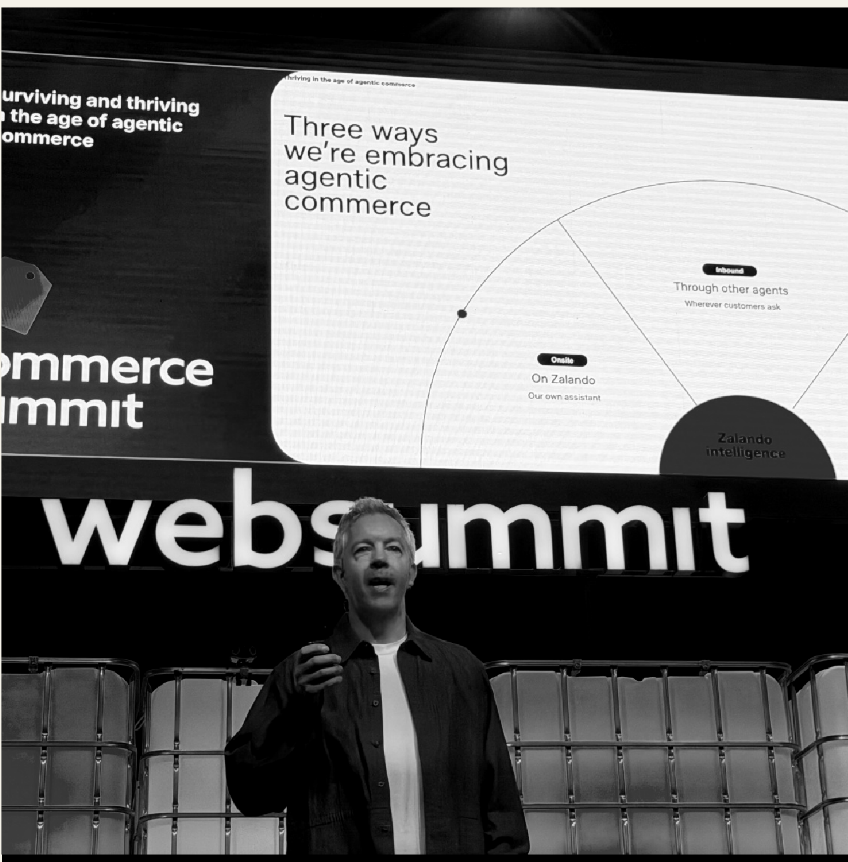


Foto: curadoria FFX no Web Summit 2026

> **[O ASSISTENTE DA ZALANDO] PRECISA SER MAIS FARMACÊUTICO QUE VENDEDOR. O FARMACÊUTICO CONHECE O QUE VOCÊ PRECISA, NÃO TENTA TE EMPURRAR MAIS COISA E TRAZ O QUE É CERTO PARA VOCÊ.**
>
> **Graeme Smith**, CTO da Zalando

A terceira frente inverte o papel: **a Zalando vira**

o agente que leva o cliente a outras lojas, num tipo novo de parceria. No Zalando Extended, a primeira parceira é a Westwing, que Smith apresentou como líder europeia em casa e decoração premium. Ela vende móveis que a logística da Zalando não entrega, e os produtos já aparecem no app em alguns mercados. No balanço do terceiro trimestre, divulgado antes da sessão, a Zalando acrescentou que o seu agente de IA poderá fechar esses pedidos a partir de 2027 (Zalando, 2026). Cada busca por móvel ensina à Zalando mais sobre o gosto do cliente.

Cada decisão com IA devolve dado novo e fortalece a base da Zalando

1. **Acervo de dados**
   Mais de 10 mil tabelas de medidas, roupas escaneadas em 3D e medidas do corpo de dezenas de milhares de clientes por semana
2. **Decisão tomada com IA**
   O agente da Zalando sugere peça, tamanho e look a partir dessa base
3. **Dado novo**
   Devoluções mostram qual peça veste menor ou maior
4. **Base mais forte**
   O dado volta para a base e a deixa mais forte

↺ VOLTA AO COMEÇO

Para a FFX, **a Zalando divide a porta de entrada e disputa o momento da escolha**. Hoje isso custa pouco. Mais de 70% do tráfego dela é orgânico, sem mídia paga, e menos de 1% vem de agentes na Europa, um canal que Smith espera ver crescer. A objeção mais forte vê a troca de peça de outro jeito: talvez o agente de hoje só erre o caimento e, com dados melhores, passe a fechar a venda sozinho. A aposta da Zalando vale enquanto a sua base de medidas e devoluções crescer mais rápido que a dos agentes que tentam alcançá-la.

LEITURA FFX

No Brasil, a varejista pode ter menos tempo para montar a sua própria base de dados.

Em maio de 2026, 72% dos consumidores brasileiros já tinham testado ou aceitavam que um agente de IA comprasse em nome deles, contra 39% em 2025 (Startups.com.br, 2026). A Renner liberou a Re, um agente que usa o estilo, as preferências e o histórico do cliente com a marca, para mais de 2 milhões de clientes do app (Mercado & Consumo, 2026).

A C&A levou ao WhatsApp o seu assistente de compras com IA, num momento em que o digital ainda responde por 7% das vendas de vestuário da empresa (Nosso Meio, 2026).

Para a varejista brasileira, a decisão é ir além do estilo e começar já a transformar cada troca por tamanho em dado para o próprio agente.

PROVOCAÇÃO FFX

DAS TRÊS APOSTAS DA ZALANDO, QUAL PESA MAIS NA SUA EMPRESA: UM AGENTE PRÓPRIO, COM DADOS QUE NINGUÉM MAIS TEM, A PORTA ABERTA AO CHATGPT E AO GEMINI OU UM APP QUE VENDE O QUE A SUA LOGÍSTICA NÃO ENTREGA?

EM 30 SEGUNDOS

A Zalando vê a compra por agente de IA como mais um canal, somado à loja física, ao site e ao app. Por isso joga em três frentes: o assistente próprio, o ChatGPT e o Gemini levando clientes até ela e o app vendendo o que outras lojas oferecem.

Hoje essa estratégia custa pouco, porque mais de 70% do tráfego da Zalando é orgânico e menos de 1% vem de agentes na Europa. O que protege a empresa é a base de medidas, caimento e devoluções que um agente genérico não tem.

Smith admitiu não saber quantos clientes vão fechar a compra dentro do agente dos outros. É por isso que a Zalando testa todas as portas em vez de escolher uma.

FALAS MARCADAS PELA CURADORIA FFX

"Nossos dados mostram que, quando o cliente clica, em geral não compra o item que o agente achou. Ele olha mais três ou quatro, pesquisa um pouco e compra outro."

Graeme Smith

"Se você quer que as pessoas continuem vindo direto ao seu negócio, precisa dar a elas motivos para isso."

Graeme Smith

Fontes

1. Zalando: Zalando grows profitably in Q3, driven by very strong B2B expansion, and continues innovating through AI with Zalando Extended
2. Mercado & Consumo: Renner transforma IA em especialista de moda para clientes
3. Nosso Meio: Um ano após colocar inteligência artificial no app, C&A converte cinco vezes mais que a média e leva o personal shopper para o WhatsApp
4. TradingView: Weekly Recap: Meta Muse agentic commerce risk and Zalando SE voting rights
5. Startups.com.br: Brasil lidera comércio agêntico no Ocidente, aponta Global Payments
6. Finimize: Zalando's AI shopping agent arrives as margins thin
7. Zalando: Key figures 2025