EBOOK · GUIA PARA AGÊNCIAS

A agência que vende IA.

Como levar agentes de IA, CRM e WhatsApp à sua carteira: o que vender, as regras da Meta, como cobrar, vender, entregar e reter, com dados conferidos e telas reais.



tolky.to/

Novembro de 2026

QUEM PRODUZIU ESTE MATERIAL

tolky.to/

Feito por quem opera agentes de IA em conversas reais.

A Tolky é a plataforma de IA Conversacional que transforma atendimento, vendas e relacionamento em uma operação inteligente, omnicanal e humanizada. CRM, CX e IA ficam na mesma plataforma: agentes de IA atendem no WhatsApp, no site e no e-mail, alimentam o CRM a cada conversa e passam o caso para uma pessoa da equipe, com todo o contexto, quando é preciso.



AUTORES



Marlos Carmo

Cofundador da Tolky. Mais de 25 anos de experiência em digital e finalista do SXSW Innovation Awards.



Patrick Bonnereau

Cofundador da Tolky. Educador e product manager, físico pela UFMG e Google Innovator.

Como fizemos

Números e citações vêm de pesquisas, documentos oficiais e decisões públicas, conferidos em novembro de 2026. Pesquisas de fornecedores aparecem identificadas. Falas em inglês estão em tradução livre, com o original na página “Citações no original”.

SUMÁRIO

Cinco partes, do pedido do cliente ao contrato que se renova.

01 **O cliente pede IA** — p. 5
WhatsApp no Brasil, IA no marketing, o momento das agências e o agente da própria Meta

02 **O que vender** — p. 12
Atendimento com IA, qualificação de leads, reativação de base e CRM alimentado pela conversa

03 **Regras e oferta** — p. 28
As regras do WhatsApp para IA desde 15/01/2026, a API oficial e como montar o preço

04 **Vender e entregar** — p. 35
Diagnóstico, demonstração, proposta, objeções e a escolha entre n8n e plataforma

05 **Reter e crescer** — p. 43
SLA de leads, relatório do funil, conversões offline, LGPD, modelos de parceria e plano de 90 dias

COMO LER ESTE EBOOK

Um guia para quem responde pela entrega diante do cliente.

Este material foi escrito para sócios, diretores e gestores de agências de marketing, performance e IA no Brasil e na América Latina. Ele não promete faturamento: mostra o que os clientes já procuram, o que dá para vender com segurança, as regras que a Meta e a lei impõem e o método para transformar um projeto de IA em contrato recorrente.



1

Dados com fonte. Cada número traz quem publicou, quando e com que amostra. Pesquisa feita por fornecedor aparece identificada como tal.



2

Quatro serviços em três páginas. Para cada serviço: o que é, os números e o que fazer na prática, com uma tela real de operação.



3

Ferramentas para usar amanhã. Perguntas de diagnóstico, estrutura de proposta, respostas a objeções, SLA, plano de 90 dias e perguntas para os sócios.

Valores de preço citados são os publicados pela Meta e pela Tolky na data indicada. O ebook não traz faixa de preço de mercado para serviços de agência: não encontramos fonte pública e datada que a sustente.

01
O cliente pede IA.

A conversa com o cliente já acontece no WhatsApp. A IA chegou antes do método.

O cliente da agência vê IA em todo lugar e quer o mesmo no atendimento e nas vendas. Esta parte mostra o tamanho do canal, onde a IA já está no marketing, o momento das agências e por que o agente da própria Meta muda a conversa comercial.

PARTE 01 · NESTA PARTE

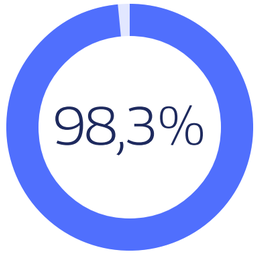
- O WhatsApp no Brasil p. 6
- IA no marketing e nas vendas p. 7
- O momento das agências p. 8
- Por que o fee está pressionado p. 9
- O agente da Meta p. 10
- Vozes do mercado p. 11

Foto: Crew, CCO

O CANAL

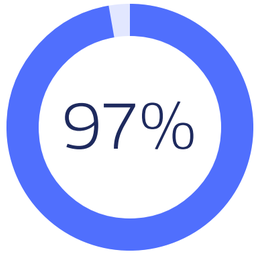
No Brasil, a conversa com empresas passa pelo WhatsApp.

O Super Panorama Mobile Time/Opinion Box de 2026 mostra que o WhatsApp está instalado em 98,3% dos smartphones brasileiros e que 97% dos usuários abrem o aplicativo todos os dias ou quase todos os dias. Quatro em cada cinco já conversaram com marcas ou empresas por ele nos últimos 12 meses. Para quem faz mídia, isso significa que o lead pago termina, quase sempre, numa conversa.



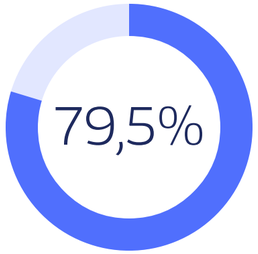
dos smartphones brasileiros têm o WhatsApp instalado

Super Panorama 2026



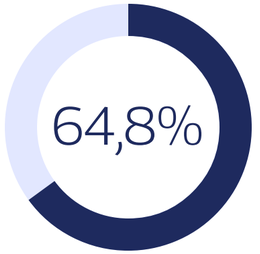
abrem o WhatsApp todos os dias ou quase todos os dias

Super Panorama 2026



conversaram com marcas ou empresas pelo app em 12 meses

Super Panorama 2026



têm o WhatsApp na tela inicial do celular; eram 53% em 2025

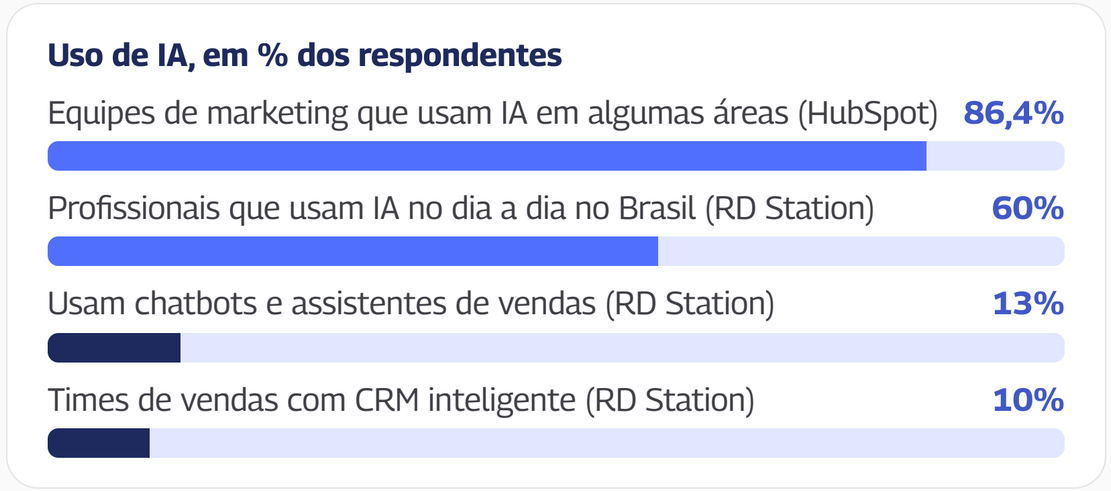
Super Panorama 2026

Fonte: Mobile Time, “WhatsApp planeja cobrar por respostas de empresas” (23/06/2026), com dados do Super Panorama Mobile Time/Opinion Box; comparação de 2025 em Mobile Time, 09/06/2026. A página não informa a amostra.

A IA já faz a campanha, mas quase não atende o lead.

A adoção de IA no marketing virou regra. No 2026 State of Marketing, da HubSpot, com mais de 1.500 profissionais, 86,4% das equipes dizem usar IA em pelo menos algumas áreas, e 80% a usam para criar conteúdo. No Brasil, os Panoramas de Marketing e Vendas 2026, da RD Station, mostram que 6 em cada 10 profissionais usam IA no dia a dia.

O uso se concentra antes do clique. Na mesma pesquisa da RD Station, só 13% usam chatbots e assistentes de vendas, e só 10% dos times de vendas dizem ter um CRM inteligente. A distância entre a IA que produz a campanha e a IA que atende o lead é o espaço que a agência pode ocupar.



> *61% dos profissionais de marketing acreditam que o marketing vive a maior ruptura em 20 anos por causa da IA.*
>
> **HubSpot**
> 2026 State of Marketing

Fontes: HubSpot, 2026 State of Marketing; RD Station, Panoramas de Marketing e Vendas 2026. Pesquisas de fornecedores. Tradução livre.

As agências já priorizam IA, e o WhatsApp lidera os canais.

O capítulo de agências e consultorias dos Panoramas 2026, da RD Station, ouviu 659 profissionais do setor. Ferramentas de IA aparecem como prioridade financeira para 17%, à frente da contratação de pessoas, com 8%. O WhatsApp é o canal prioritário para 58% das agências e consultorias, e a falta de valor percebido é o principal motivo de cancelamento, com 16%.

Os três números contam a mesma história. A agência investe em IA, o cliente vive no WhatsApp e o contrato cai quando o valor não aparece. Levar IA à conversa do cliente junta as três pontas: a ferramenta que a agência já prioriza, no canal que já lidera, mostrando valor onde ele é medido.

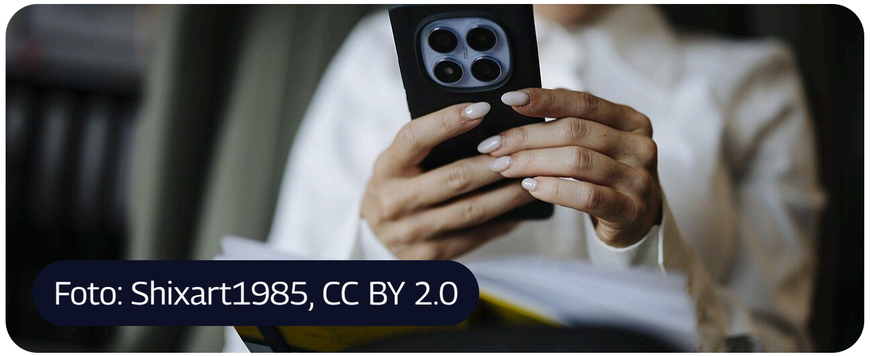
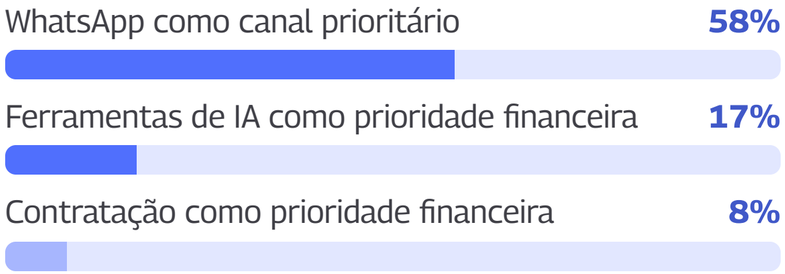


Foto: Shixart1985, CC BY 2.0

Agências e consultorias no Brasil, em %



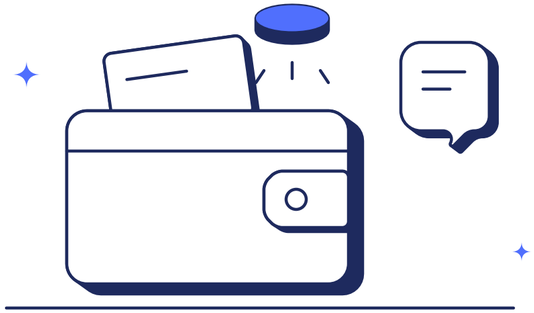
Fonte: RD Station, Panoramas 2026, capítulo Agências e consultorias. Pesquisa de fornecedor.

POR QUE O FEE ESTÁ PRESSIONADO

O resultado que o cliente mede acontece depois da agência.

A campanha gera o lead; o que acontece com ele no WhatsApp quase nunca tem dono. O relatório mostra cliques e custo por lead, o cliente pergunta quantos compraram e ninguém sabe. Quando o comercial demora a responder, a reclamação volta como “os leads são ruins”, e a conta entra em risco por um problema que a agência não controla.

Ao mesmo tempo, post, arte e campanha viram itens que o cliente compara um a um com freelancer e ferramenta de IA. A saída que este ebook propõe é ocupar o trecho entre o clique e a venda: atender, qualificar, registrar e medir a conversa. É um serviço contínuo, difícil de comparar item a item e ligado ao número que o cliente cobra.



01 Relatório sem venda

02 Lead culpado pela demora

03 Entregável comparado a ferramenta

O ALERTA PARA AS AGÊNCIAS



de empresas já usam o Meta Business Agent no WhatsApp e no Messenger, segundo a Meta

O cliente pode ligar um agente sozinho. A agência precisa entregar o resto.

Na Conversations 2026, em junho, a Meta apresentou o Meta Business Agent, que responde dúvidas, recomenda produtos do catálogo, agenda, qualifica leads e fecha vendas, com uma pessoa entrando quando a empresa decide. Segundo a Meta, mais de um milhão de empresas já o usam. Em pesquisa encomendada pela Meta à Morning Consult, 88% das empresas brasileiras acreditam que a IA vai ajudar o negócio a crescer, e 61% já a usaram.

O efeito para a agência é direto: “colocar uma IA no WhatsApp” já não é diferencial. O valor está no que um agente genérico não faz sozinho: diagnóstico, base de conhecimento do negócio, regras de transferência, CRM com histórico, campanhas com critério, medição até a venda e revisão contínua. É isso que este ebook ensina a vender.

Fontes: Meta, Conversations 2026: apresentamos o Meta Business Agent (03/06/2026); Meta, Pesquisa revela o impacto da Meta nas MPMEs da América Latina (26/08/2025), Morning Consult, 2.363 líderes de empresas em quatro países, pesquisa encomendada pela Meta.

VOZES DO MERCADO

A Meta fechou a porta para assistentes de uso geral. O atendimento de empresas ficou.

O propósito da API do WhatsApp Business é ajudar empresas a oferecer atendimento ao cliente e enviar atualizações relevantes.

Porta-voz da Meta

Em declaração ao TechCrunch, 18/10/2025

O WhatsApp atualizou as políticas da plataforma e, como resultado, o Copilot não estará mais disponível no WhatsApp depois de 15 de janeiro de 2026.

Equipe do Copilot, Microsoft

Blog do Microsoft Copilot, 24/11/2025

O colegiado também considerou que a exclusão total de ferramentas de IA de terceiros não se mostraria proporcional.

Tribunal do CADE

Notícia oficial do CADE, 04/03/2026

As duas primeiras em tradução livre, com o original na página “Citações no original”. A do CADE está em português, como publicada; o trecho continua sobre o risco de dano concorrencial.

02
O que vender.

Quatro serviços que acontecem onde o cliente final já conversa.

Atendimento com IA, qualificação de leads, reativação de base e CRM alimentado pela conversa. Cada um resolve um problema que o cliente da agência sente hoje, tem um indicador claro e vira operação mensal depois do go-live.

PARTE 02 · NESTA PARTE

- O que é uma agência de IA p. 13
- Os quatro serviços p. 14

01 Atendimento com IA p. 15

02 Qualificação de leads p. 18

03 Reativação e campanhas p. 21

04 CRM alimentado pela conversa p. 24

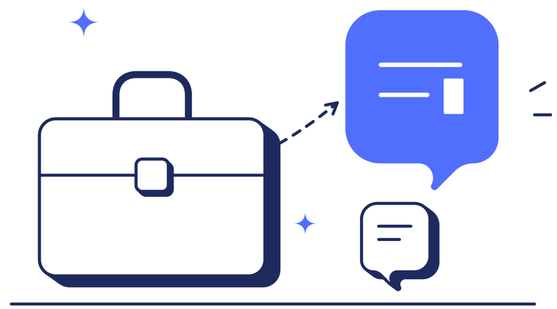
Foto: Crew, CCO

DEFINIÇÃO

Uma agência de IA desenha, implanta e opera agentes de IA para outras empresas.

Ela não desenvolve modelos de linguagem. Usa modelos e plataformas existentes e entrega o resultado configurado para o negócio do cliente: um agente que lê a mensagem, entende a intenção, responde com base no que a empresa ensinou, executa ações, como consultar um pedido ou registrar uma oportunidade, e passa para uma pessoa quando o caso pede.

A agência de marketing já tem metade do caminho: a carteira, a confiança do cliente e o entendimento do funil. O que falta é o método de entrega e a rotina de operação. A receita vem de três linhas, diagnóstico, implantação e operação mensal, e é a operação que transforma projeto em recorrência.



01	**Diagnóstico**	escopo e indicador
02	**Implantação**	agente, base e testes
03	**Operação**	revisão e relatório

OS QUATRO SERVIÇOS

O que vender, o problema que resolve e como medir.

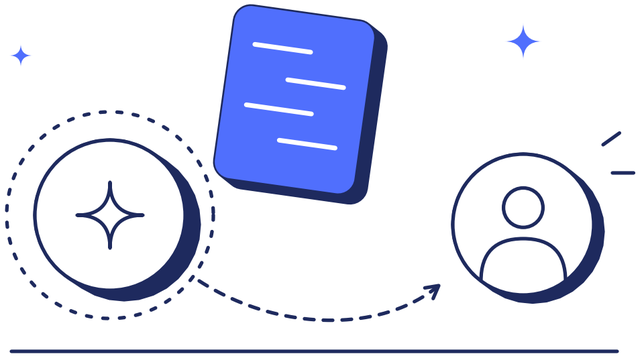
Os quatro serviços se apoiam um no outro. O atendimento cria a base de conhecimento que a qualificação usa; a qualificação alimenta o CRM; o CRM segmenta a reativação. Comece pelo que o cliente sente mais e amplie o escopo com o relatório do primeiro mês na mesa.

Serviço	Problema que resolve	O que a agência entrega	Como medir
Atendimento com IA	Fila, demora e perguntas repetidas	Agente com base de conhecimento, regras de transferência e horário	Resolução por IA e tempo de primeira resposta
Qualificação de leads	Lead de mídia que esfria sem resposta	Agente que responde na hora, qualifica e registra no CRM	Leads qualificados e tempo até o primeiro contato
Reativação de base	Contatos antigos parados	Segmentação, template aprovado e agente para as respostas	Respostas e oportunidades por campanha
CRM pela conversa	Venda que ninguém registra	Contato, oportunidade e etapa do funil criados na conversa	Oportunidades com origem e etapa preenchidas

SERVIÇO 01 · O QUE VENDER

Atendimento com IA que sabe quando chamar uma pessoa.

01



É o serviço de entrada mais comum. O agente responde dúvidas frequentes, consulta informações em sistemas do cliente e atende fora do horário comercial. Quando o caso pede, passa a conversa para uma pessoa da equipe com o histórico junto. Esse repasse com contexto, o handoff, é o que separa um projeto sério de um robô que prende o cliente num menu.

Para a agência, o atendimento é a porta de entrada da operação do cliente. Ele obriga a organizar a base de conhecimento, combinar horários e definir quem assume as exceções. Esse trabalho é o mesmo que depois sustenta a qualificação de leads e as campanhas, e é o que o cliente não consegue fazer sozinho ao ligar um agente genérico.

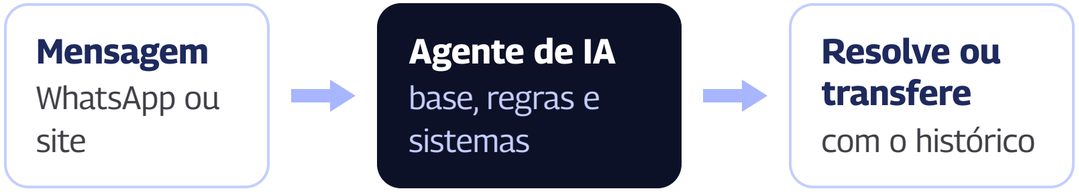
SERVIÇO 01 · ANÁLISE

O agente resolve o comum e transfere o resto com contexto.

O desenho de um bom agente de atendimento cabe em quatro decisões: o que ele responde sozinho, onde busca a resposta certa, quando transfere e para quem. A Meta descreve a API do WhatsApp Business como ferramenta de atendimento e atualizações, e é nesse uso que um agente de empresa se encaixa.

Os dois indicadores que contam a história para o cliente são a taxa de resolução por IA e o tempo de primeira resposta. O primeiro mostra se o agente aprende mês a mês; o segundo mostra o que mudou para quem escreve à noite ou no fim de semana. Meça os dois antes do go-live, para ter uma linha de base.

Como uma conversa percorre o atendimento com IA



Tudo fica registrado no contato, com o motivo da transferência.

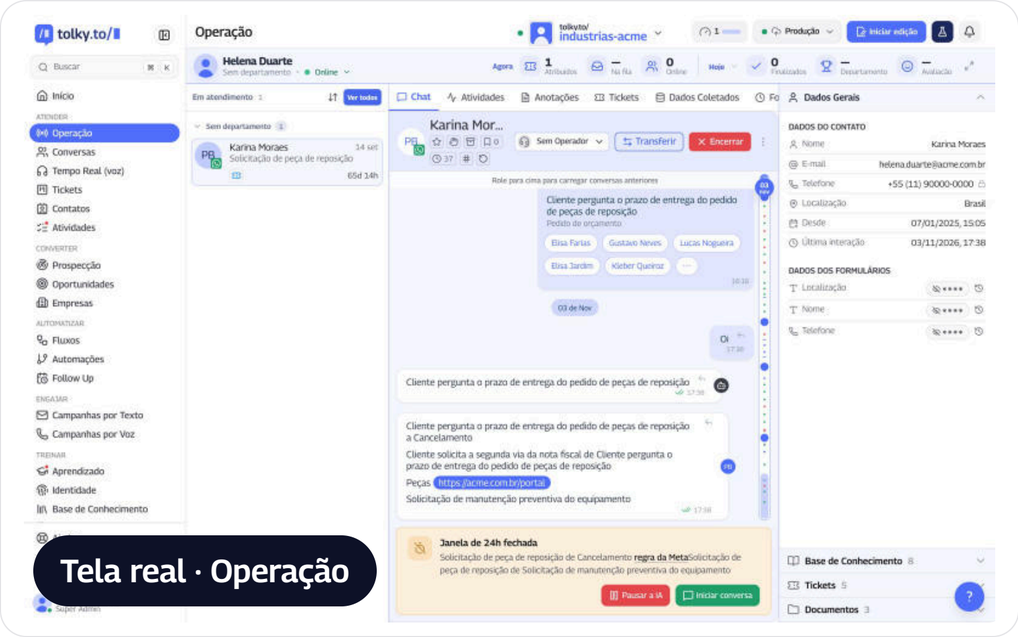
52%

dos brasileiros com smartphone já conversaram com a Meta AI no WhatsApp. O cliente final já está acostumado a falar com IA no app.

Fonte: Mobile Time, Meta AI no WhatsApp se aproxima do ChatGPT em popularidade no Brasil (13/02/2025), 2.099 entrevistados em janeiro de 2025.

SERVIÇO 01 · NA PRÁTICA

Configure o agente pela missão e teste antes de publicar.



Tela real · Operação

tolky.to/ Na Tolky, o agente é configurado por missão, transfere para a equipe com o contexto e aprende com as respostas que a equipe dá, com revisão humana em Aprendizados.

- Monte a base com as dez perguntas mais repetidas.
- Defina quem assume cada tipo de exceção, e em que horário.
- Leia as conversas da primeira semana e ajuste a base.

SINAL PARA ACOMPANHAR Taxa de resolução por IA mês a mês e tempo de primeira resposta fora do horário.

SERVIÇO 02 · O QUE VENDER

Qualificação de leads no tempo da mídia.

02

Para quem já faz mídia, é o serviço que mais conversa com o resultado do cliente. O agente responde o lead em segundos, faz as perguntas que separam curioso de comprador e entrega ao vendedor uma oportunidade com contexto. Os anúncios rodam à noite e no fim de semana; o atendimento precisa acompanhar o mesmo horário.

A agência conhece o custo do lead e consegue mostrar, com os dados da própria campanha, quanto o cliente perde sem resposta rápida. No WhatsApp, a velocidade também tem regra técnica: mensagens livres só saem dentro da janela de 24 horas, e o lead de anúncio respondido a tempo abre a janela de entrada gratuita, de até 7 dias.



SERVIÇO 02 · ANÁLISE

Velocidade de resposta é parte do resultado da mídia.

Em 2011, a Harvard Business Review publicou um estudo sobre a vida curta dos leads online e resumiu: a maioria das empresas não responde nem perto do rápido o suficiente. O estudo é anterior ao WhatsApp e não serve para prometer número, mas a direção se mantém: quanto mais cedo a primeira resposta útil, maior a chance de qualificar.

Por isso a qualificação entra no contrato com metas escritas. A tabela ao lado é um ponto de partida ilustrativo: primeira resposta, retomada de quem parou, passagem para o vendedor e registro no CRM, todos medidos na plataforma onde a conversa acontece, e não em capturas de tela no fim do mês.

Metas de um SLA de leads (exemplo ilustrativo)

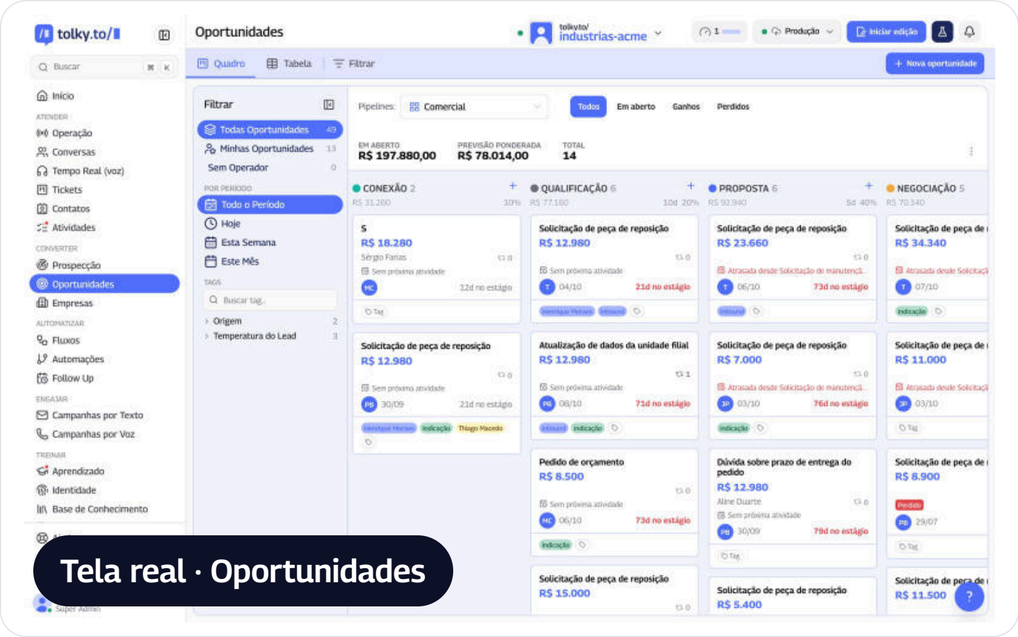
Primeira resposta, a qualquer hora	**90% em até 5 min**
Retomada de quem parou	**em até 24 h**
Lead qualificado com o vendedor	**em até 30 min**
Registro no CRM com origem e etapa	**todos os leads**

> *Nossa pesquisa mostra que a maioria das empresas não responde nem perto do rápido o suficiente.*
>
> **James B. Oldroyd, Kristina McElheran e David Elkington**
>
> Harvard Business Review, março de 2011

Fonte: HBR, The Short Life of Online Sales Leads (março de 2011). Tradução livre. Janelas de 24 horas e de entrada gratuita: página de preços da WhatsApp Business Platform, conferida pela Tolky em 20/11/2026.

SERVIÇO 02 · NA PRÁTICA

Entregue ao vendedor uma oportunidade pronta.



Tela real · Oportunidades

tolky.to/ Na Tolky, o agente qualifica no WhatsApp, cria a oportunidade no funil com smart tags e agenda o Follow Up de quem parou de responder.

- Escreva o critério de lead qualificado antes de configurar o agente.
- Combine o SLA de resposta e passagem com o comercial do cliente.
- Ligue a retomada automática para quem parou no meio.

SINAL PARA ACOMPANHAR

Leads qualificados por semana e minutos até a primeira resposta útil.

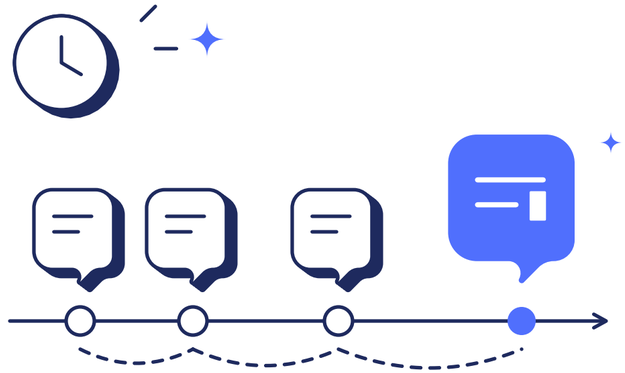
SERVIÇO 03 · O QUE VENDER

Reativação de base com critério, e não com disparo.

03

Base parada é dinheiro parado. A agência segmenta contatos antigos, escreve um template aprovado pela Meta e deixa o agente conversar com quem responder. Sem agente, as respostas de uma campanha chegam em pico e esperam horas; com agente, cada resposta vira conversa, e a campanha passa a ser medida por oportunidades, não só por envios.

O cuidado está nas regras. A Meta exige opt-in antes do envio, cobra cada modelo entregue conforme a categoria e pode limitar quantos modelos de marketing uma pessoa recebe, de acordo com o engajamento recente dela. Lista comprada e disparo sem segmentação pioram exatamente esse sinal, e quem perde a qualidade do número é o cliente.



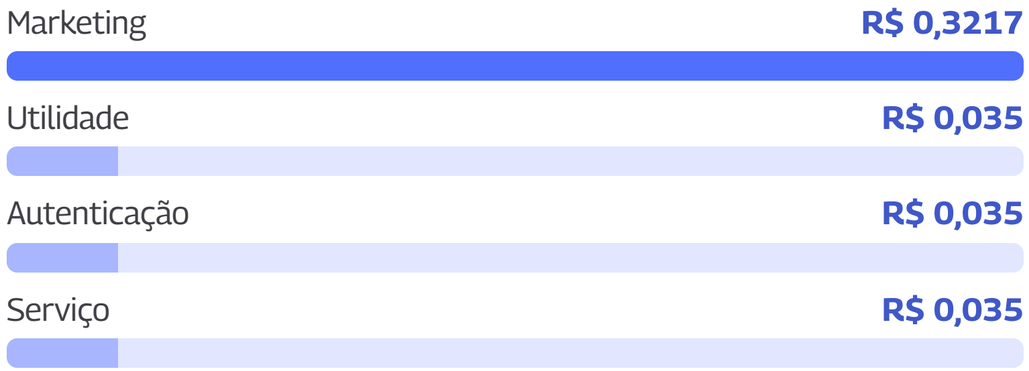
SERVIÇO 03 · ANÁLISE E NÚMEROS

No Brasil, marketing custa quase dez vezes mais.

Na tabela em reais vigente desde 1º de outubro de 2026, a Meta cobra R$ 0,3217 por modelo de marketing entregue a um número do Brasil e R$ 0,035 por modelo de utilidade, autenticação ou serviço. O que o contato envia não é cobrado, e uma resposta picada em quatro mensagens conta como quatro.

A conta muda o desenho da campanha. Reativação em massa sem segmentação é a linha mais cara da fatura e a que mais desgasta o número. Segmentar por etapa do funil, escrever um modelo que provoque resposta e deixar o agente conduzir a conversa transforma o custo de marketing em oportunidades que aparecem no relatório.

Tarifa da Meta por modelo entregue no Brasil, em R$



Escala relativa ao valor de marketing.

1.000 mensagens de serviço grátis por número comercial ao mês.

Fonte: Meta, preços da WhatsApp Business Platform, tabela em reais de 01/10/2026, conferida pela Tolky em 17/11/2026.

SERVIÇO 03 · NA PRÁTICA

Meça a campanha pelas conversas que ela abriu.



Tela real · Campanhas por Texto

tolky.to/ Na Tolky, a campanha por texto e o agente de IA ficam na mesma plataforma, e as Campanhas por Voz, com ligações por voz com IA, entram sob ativação.

- Envie só para quem deu opt-in e escolha a categoria certa.
- Segmente pela etapa do funil, não pela lista inteira.
- Reporte respostas e oportunidades, não só entregas.

SINAL PARA ACOMPANHAR

Oportunidades abertas por campanha e custo de marketing por oportunidade.

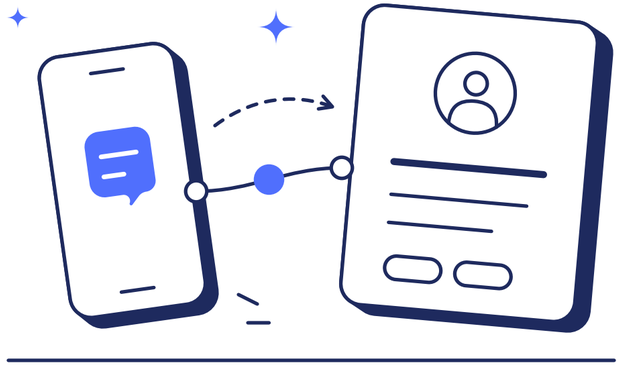
SERVIÇO 04 · O QUE VENDER

CRM alimentado pela conversa, sem digitação.

04

O CRM sempre dependeu de alguém digitar. O vendedor termina a conversa, anota o essencial e deixa o resto para depois, e o depois raramente chega. Quando o agente atende, o registro nasce da própria conversa: contato, origem, interesse, oportunidade e próximo passo, preenchidos enquanto o lead fala.

Para a agência, o CRM é o que permite provar resultado. Com o lead registrado desde a primeira mensagem, o relatório mostra o que aconteceu depois do clique, e não só o custo por lead. Também é o ativo que prende a operação: histórico, funil e campanhas morando no mesmo lugar tornam a troca de fornecedor uma troca de operação.



SERVIÇO 04 · ANÁLISE E NÚMEROS

Agentes de vendas dependem de dados unificados.

Na sétima edição do State of Sales, da Salesforce, publicada em fevereiro de 2026, 54% dos vendedores dizem já ter usado agentes de IA, e quase 9 em cada 10 planejam usar até 2027. No Brasil, a RD Station encontrou só 10% dos times de vendas com um CRM inteligente.

O vendedor quer o agente, mas o agente precisa saber com quem fala e o que já foi prometido. Quando conversa, histórico e funil ficam no mesmo lugar, o agente qualifica com contexto e o gestor enxerga o funil sem pedir planilha. Essa unificação é um serviço por si só, e costuma ser o que o cliente não tem.

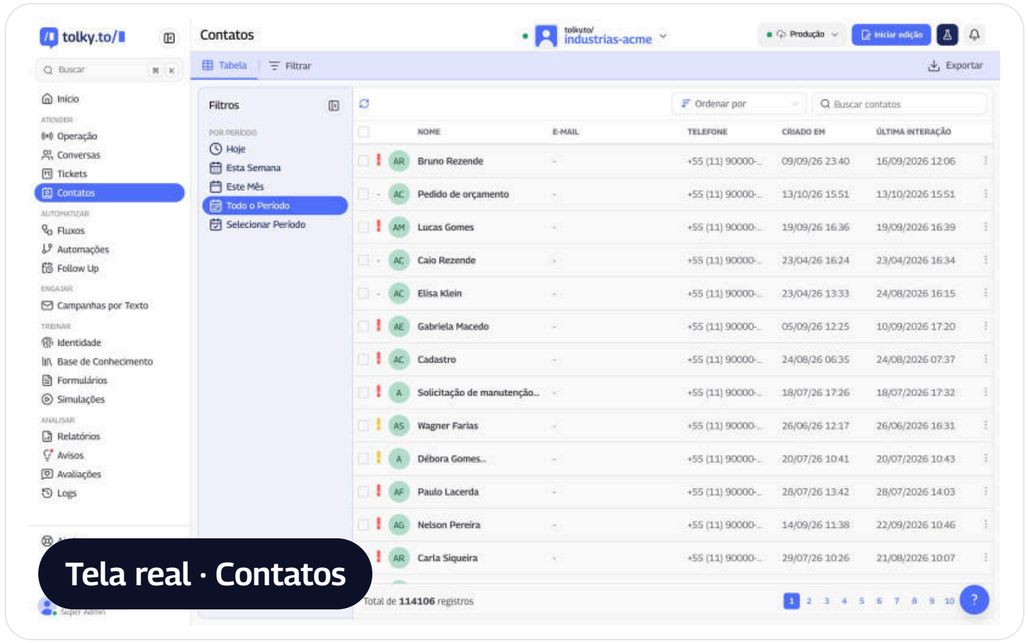


> *O ingrediente secreto dos agentes de IA de vendas são os dados unificados.*
>
> **Adam Alfano**
>
> Vice-presidente executivo de Vendas da Salesforce, 03/02/2026

Fontes: Salesforce, State of Sales, 7ª edição (03/02/2026); RD Station, Panoramas de Marketing e Vendas 2026. Pesquisas de fornecedores. Tradução livre.

SERVIÇO 04 · NA PRÁTICA

Deixe a conversa preencher o CRM.



tolky.to/ Na Tolky, cada conversa no WhatsApp, no site ou no e-mail alimenta o CRM em tempo real, e o Recap resume a conversa para quem assume.

- Defina os campos que o agente preenche em toda conversa.
- Integre o CRM que o cliente já usa, quando houver.
- Revise toda semana as oportunidades criadas pelo agente.

SINAL PARA ACOMPANHAR

Oportunidades com origem e etapa preenchidas, sem digitação do vendedor.

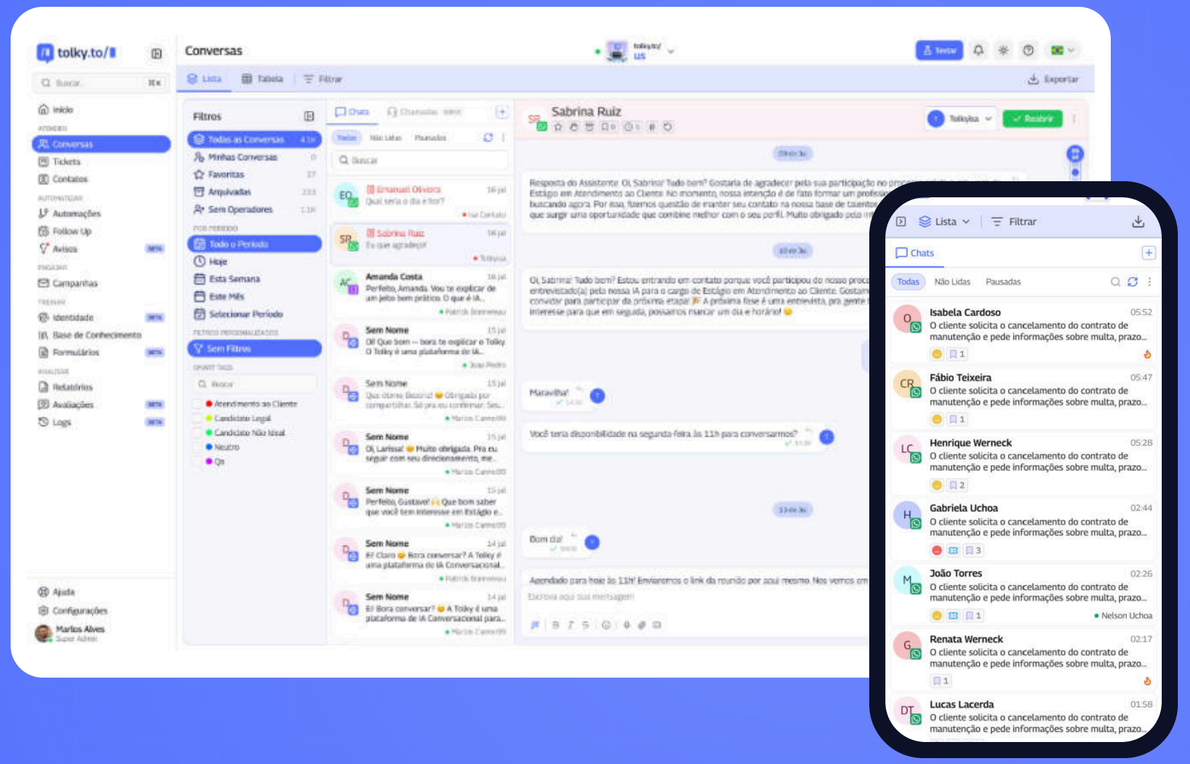
Sua empresa conversa.
A Tolky organiza.

- ✓ CRM com IA, alimentado em tempo real pelas conversas
- ✓ Atendimento com IA no WhatsApp, pela API oficial, no site e no e-mail
- ✓ Ligações com voz por IA, com URA semântica, sob ativação
- ✓ IA que aprende com as respostas da sua equipe
- ✓ Transbordo para pessoas com todo o contexto

3x
mais conversas sem aumentar o time

60%
menos tempo de resposta

67%+
de resolução com IA



Conheça em tolky.to

tolky.to/

03

Regras e oferta.

Venda atendimento de empresa, pela API oficial, com a conta aberta.

Desde 15 de janeiro de 2026, os termos do WhatsApp vetam assistentes de IA de uso geral, e no Brasil o caso está no CADE. Esta parte mostra o que a regra diz, como enquadrar o projeto e como montar um preço que não deixa a agência pagando a fatura da Meta.

PARTE 03 · NESTA PARTE

- A regra da Meta para IA p. 29
- A linha do tempo e o CADE p. 30
- Como enquadrar o projeto p. 31
- As cinco partes do preço p. 32
- A proposta com a conta aberta p. 33
- Modelos de cobrança e reajuste p. 34

Foto: Pixel.la, CC0

A REGRA DO WHATSAPP PARA IA

A Meta veta a IA como produto, e não a IA como meio.

A seção “Provedores de IA” dos termos da WhatsApp Business Platform, em vigor desde 15/01/2026 e com última atualização em 23/09/2026, proíbe que fornecedores de modelos de linguagem, plataformas de IA generativa e assistentes de uso geral usem a plataforma quando a IA é a funcionalidade principal oferecida, e não algo incidental ou auxiliar. Quem decide o enquadramento é a Meta.

Foi por isso que o ChatGPT e o Copilot saíram do WhatsApp. Um agente que atende os clientes de uma loja, clínica, escola ou imobiliária usa a IA para entregar outro serviço e continua permitido. A regra para a agência é simples: venda agente com missão definida para o negócio do cliente, nunca “um ChatGPT no WhatsApp”.



“(...) são estritamente proibidos de acessar ou usar a WhatsApp Business Platform (...) quando essas tecnologias forem a funcionalidade principal (e não incidental ou auxiliar) disponibilizada para uso (...).”

Termos da WhatsApp Business Platform, seção 4.7, Meta, 23/09/2026. Tradução livre.

A LINHA DO TEMPO

No Brasil, a regra está suspensa pelo CADE.

Out. 2025
Meta anuncia a mudança nos termos da API.

12/01/2026
CADE abre inquérito e suspende os novos termos no Brasil.

15/01/2026
Regra entra em vigor; ChatGPT e Copilot saem do app.

04/03/2026
Tribunal do CADE mantém a medida preventiva por unanimidade.

11/03/2026
Meta passa a cobrar por mensagem dos provedores de IA no Brasil.

23/04/2026
CADE mantém multa diária de R$ 250 mil pela cobrança.

09/06/2026
Comissão Europeia manda restaurar o acesso gratuito.

Nov. 2026
Sem decisão nova do CADE até 19/11/2026; inquérito aberto.

> *"Para o conselheiro-relator, a tentativa de enquadrar esses agentes na categoria de mensagens de marketing, sujeita a tarifação por mensagem, alterou materialmente as condições de acesso e contrariou o comando expresso da medida preventiva."*
>
> CADE, sobre o voto do conselheiro Carlos Jacques, 23/04/2026

Fontes: TechCrunch; CADE; Microsoft; Meta; Comissão Europeia, nas datas indicadas. Situação conferida pela Tolky em 19/11/2026.

COMO ENQUADRAR O PROJETO

Se a IA saísse, ainda existiria um serviço?

Se a resposta é sim, a IA é auxiliar e o projeto está do lado permitido. Se o produto acaba junto com a IA, ela é a função principal. A tabela é uma leitura dos termos, não uma decisão da Meta: casos de fronteira pedem consulta ao provedor da API ou à própria Meta.

Projeto	Leitura provável
Suporte de um e-commerce	Permitido
Vendas de uma imobiliária	Permitido
Assistente aberto a qualquer pergunta	Proibido; no Brasil, suspenso pelo CADE
Tutor de IA só para alunos	Fronteira: consulte a Meta



- Escopo fechado: o agente recusa o que foge do negócio.
- API oficial, por um provedor autorizado.
- Escopo, prompts e mudanças registrados.

Leitura dos termos da WhatsApp Business Platform (23/09/2026) feita pela Tolky em 19/11/2026; não é decisão da Meta.

COMO MONTAR A OFERTA

O preço tem cinco partes, e a agência cobra só três.

Plataforma e tarifa da Meta são custos do cliente, de preferência faturados à parte. Implantação, operação mensal e ajustes fora do escopo são o serviço da agência. Separar as partes deixa a agência cobrar pelo que controla (horas, conhecimento e o resultado do próprio trabalho) e deixa transparente o que ela não controla, como o volume de mensagens.

O erro mais caro é embutir a tarifa da Meta num preço fechado. A campanha dá certo, as conversas triplicam, a fatura cresce e quase sempre é a agência que paga a diferença. Com a conta aberta, o cliente compara serviço com serviço, e o reajuste segue uma regra que ele já assinou.



01	**Plataforma**	custo do cliente
02	**Tarifa da Meta**	custo do cliente
03	**Implantação**	projeto da agência
04	**Operação mensal**	fee da agência
05	**Fora do escopo**	aditivo da agência

A PROPOSTA COM A CONTA ABERTA

Mostre ao cliente o que é custo e o que é serviço.

O exemplo ao lado usa um volume ilustrativo, um plano publicado da Tolky e as tarifas da Meta. As linhas da agência ficam em branco de propósito: não encontramos fonte pública e datada com faixa de preço de mercado no Brasil, e o valor depende do escopo, das horas e do porte do cliente.

Repare que a linha de marketing é a maior da Meta, embora tenha menos mensagens que a de serviço. E a receita da agência não depende da fatura da Meta: se as conversas dobrarem, a agência não paga a diferença. Escreva na proposta o volume estimado e a regra para quando ele mudar.

Conta mensal (exemplo ilustrativo)

Item	Conta	Valor
Plataforma	Tolky Professional, 1.000 atendimentos	R$ 2.500,00
Meta: serviço	9.000 menos 1.000 grátis × R$ 0,035	R$ 280,00
Meta: utilidade	2.000 lembretes × R$ 0,035	R$ 70,00
Meta: marketing	1.500 reativações × R$ 0,3217	R$ 482,55
Operação da agência	Revisão, ajustes, relatório	**Seu valor**
Implantação	Uma vez, por projeto	**Seu valor**

Plano Professional em tolky.to/precos (16/11/2026); tarifas da Meta de 01/10/2026. Volumes inventados para mostrar a conta.

MODELOS DE COBRANÇA E REAJUSTE

Projeto, fee mensal e bônus por resultado.

PROJETO

Implantação

Paga diagnóstico, base de conhecimento, regras de transferência, integrações e testes. Precifique pelas horas de cada etapa, com escopo fechado; integração com sistema do cliente vira item separado.

Cobrado uma vez

RECORRÊNCIA

Operação

Paga o que mantém o agente bom: ler conversas, corrigir a base, ajustar regras, montar o relatório e, se combinado, rodar reativações. Defina duas ou três faixas de volume com o fee de cada uma.

Fee mensal por faixa

VARIÁVEL

Resultado

Por lead qualificado, agendamento ou venda. Alinha a agência ao cliente, mas só funciona quando os dois concordam antes sobre como contar. Use como bônus sobre o fee, nunca como única receita.

Só com medição combinada

REGRA DE REAJUSTE

Meta pelo uso real, plataforma pela franquia contratada, fee por faixa de volume e revisão trimestral com o relatório do período.

04
Vender e entregar.

Diagnóstico antes da demonstração. Método antes da ferramenta.

Vender agente de IA é mostrar controle: o que ele responde, o que recusa e quando chama uma pessoa. Entregar é escolher onde montar, seguir as etapas e testar antes de publicar. Esta parte cobre as duas pontas, com as perguntas, a proposta e as respostas honestas às objeções.

PARTE 04 · NESTA PARTE

- Diagnóstico em 30 minutos p. 36
- A demonstração que vende p. 37
- O que vai na proposta p. 38
- Objeções e respostas honestas p. 39
- n8n, plataforma ou marca própria p. 40
- Do diagnóstico ao go-live p. 42

Foto: Carlos Ebert, CC BY 2.0

DIAGNÓSTICO EM 30 MINUTOS

Sete perguntas separam o cliente pronto do que ainda precisa arrumar a casa.

Pergunta	Indica fit	Pede cuidado
Quantas conversas por semana?	Centenas, com picos	Poucas dezenas
Quanto leva a primeira resposta?	Horas ou o dia seguinte	Minutos, equipe folgada
Quais perguntas se repetem?	Preço, prazo, status	Cada caso é único
Onde estão as respostas certas?	Site, catálogo, política	Na cabeça de uma pessoa
Que sistemas o atendimento consulta?	Agenda, pedidos, CRM	Planilha solta
Quem assume o que a IA não resolve?	Equipe com horário	Ninguém definido
Usa a API oficial do WhatsApp?	Sim, ou aceita migrar	Ferramenta não oficial


Foto: stockyana, Mixkit

Faça antes de qualquer demonstração, com quem opera o WhatsApp, e não só com o dono. Venda primeiro a quem tem volume, lead caro e atendimento parado fora do horário: neles o problema existe hoje e é fácil de medir.

A DEMONSTRAÇÃO QUE VENDE

Mostre o agente recusando o que não deve responder.

Demonstração com dados genéricos prova que a IA conversa. Demonstração com as perguntas reais do cliente, o catálogo dele e uma transferência para a equipe dele prova que ela conversa sobre o negócio dele. Monte uma base enxuta com o site, a tabela de preços e as perguntas que apareceram no diagnóstico.

Antes da reunião, rode as perguntas difíceis numa simulação. Ao vivo, pergunte o que o agente não sabe e mostre que ele admite e transfere. O momento em que a conversa chega a uma pessoa com todo o histórico é o que mais reduz o medo de “IA falando sozinha”.

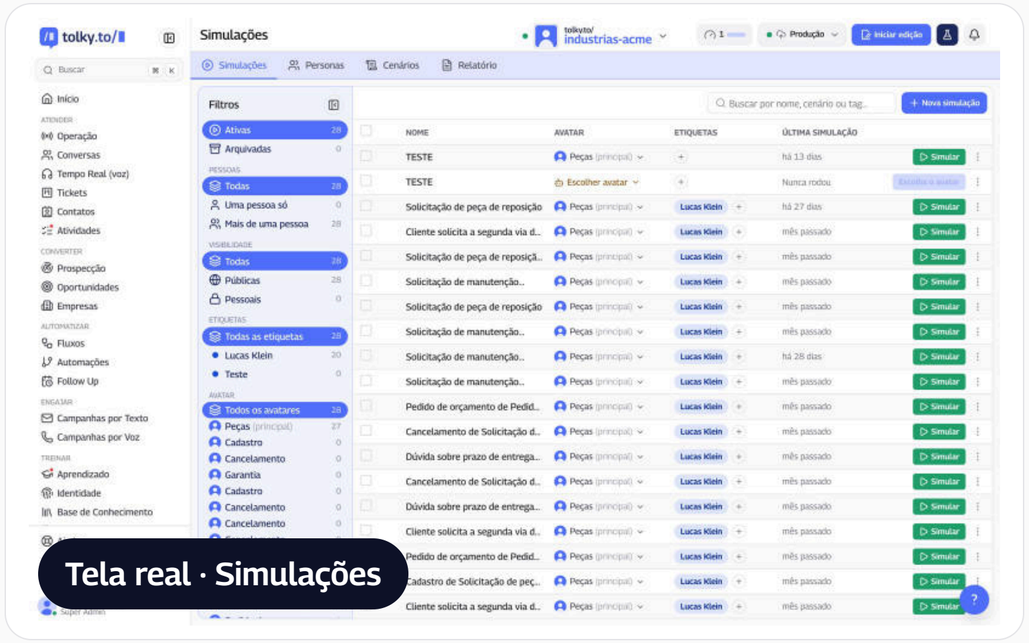
Base enxuta
site e preços

→

Perguntas difíceis
em simulação

→

Transferência
com histórico



tolky.to/ Na Tolky, o plano Individual é gratuito e tem webchat com IA, o que basta para a demonstração.

O QUE VAI NA PROPOSTA

Proposta que promete 100% fecha rápido e cancela no terceiro mês.

A proposta de um agente de IA precisa dizer o que a IA faz e o que ela não faz, quem cuida do quê depois do go-live e como o resultado será medido. Cada seção protege a agência de um tipo de conflito.

Seção	O que escrever	Por que protege a agência
Escopo	Canais, missões do agente e temas permitidos	Evita pedido novo sem aditivo
Fora do escopo	O que a IA não responde e quando transfere	Evita promessa que a IA não cumpre
Etapas e prazo	Diagnóstico, base, testes, go-live, acompanhamento	Dá datas para cobrar o cliente também
Responsabilidades	Conteúdo, aprovação e equipe para as transferências	Divide o resultado com quem opera
Medição	Linha de base e indicadores combinados	Mostra resultado sem discussão
Custos à parte	Plataforma, tarifa da Meta e ajustes fora do escopo	Evita fatura surpresa

OBJEÇÕES E RESPOSTAS HONESTAS

A resposta honesta vende mais do que a promessa.

“E se a IA falar besteira?”

O agente responde a partir da base que a empresa aprovou, recusa temas fora do escopo e é testado em simulação antes de cada mudança. Quando não sabe, transfere.

“Meu cliente quer falar com gente.”

E vai continuar podendo. O agente resolve o repetitivo e passa para a equipe o que pede uma pessoa, com o histórico, sem o cliente repetir nada.

“Quanto vai custar no fim do mês?”

A proposta abre a conta: plataforma, tarifa da Meta pelo uso real e o serviço da agência, com a regra de reajuste escrita desde o início.

“Minha equipe vai ter mais trabalho?”

No começo, sim: aprovar a base e assumir as transferências. Depois, a equipe sai das perguntas repetidas e atende quem precisa dela.



ONDE MONTAR OS AGENTES

Com n8n, a agência vende engenharia. Com plataforma, vende operação.

Critério	n8n por conta própria	Plataforma do fornecedor	Plataforma com a sua marca
Quem mantém servidor	A agência	O fornecedor	O fornecedor
Caixa de entrada da equipe	Outra ferramenta	Incluída	Incluída
CRM e histórico	Montado à parte	Incluído	Incluído
O cliente acessa	Só o resultado	A conta, com a marca do fornecedor	A conta, com a marca e o domínio da agência
Melhor para	Poucos clientes e automação de bastidor	Vender serviço sem cuidar de produto	Ter um produto próprio



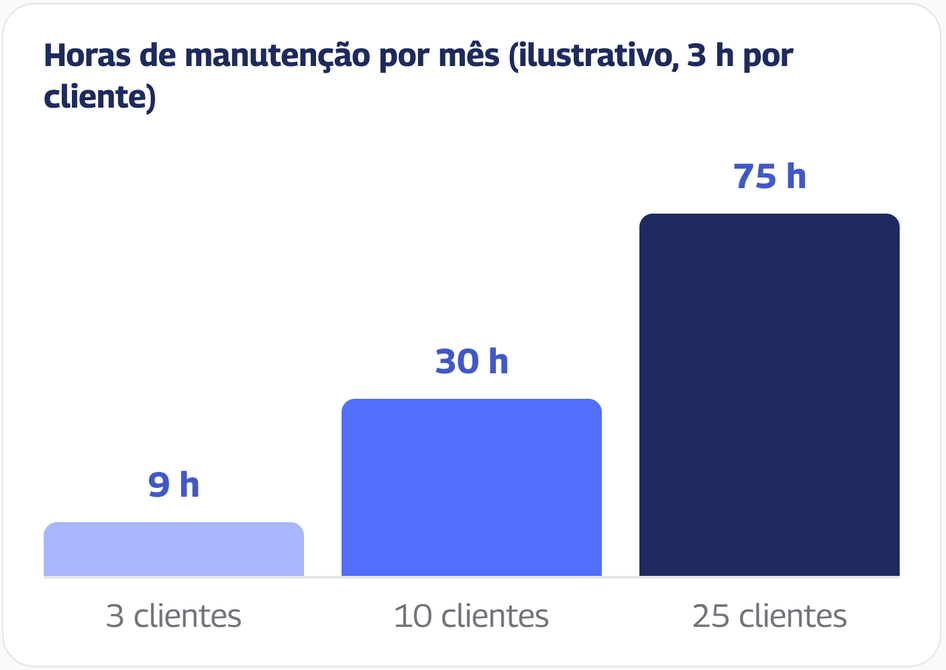
Decida pela carteira de daqui a um ano, e não pelo primeiro cliente. O que funciona para três clientes pode travar em vinte. Muitas agências combinam: plataforma para agente, caixa de entrada e CRM, e o n8n nos fluxos de bastidor.

n8n: serviço gerenciado sim, acesso do cliente não.

O n8n usa a Sustainable Use License, que limita o uso aos fins internos do negócio. O FAQ da licença detalha o caso das agências: montar, rodar e manter fluxos para clientes na própria instância e cobrar por isso é permitido. Hospedar o n8n para o cliente criar fluxos, ou revendê-lo com outra marca, não é.

O custo real está nas horas: cada cliente vira um conjunto de fluxos que só quem montou entende, e a manutenção cresce com a carteira.

> *Construir, rodar e manter fluxos na sua própria instância do n8n em nome de clientes é permitido, inclusive cobrando por consultoria ou desenvolvimento.*
>
> **n8n**
> License FAQ



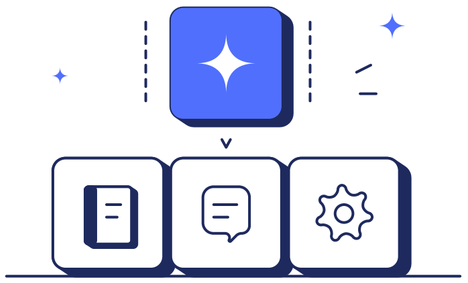
Fontes: n8n, Sustainable Use License e License FAQ, conferidos em 23/11/2026. Tradução livre.

DO DIAGNÓSTICO AO GO-LIVE

Seis etapas, e o teste é a que não se pula.

Diagnóstico define o escopo e o indicador. O desenho do agente fixa missão, tom, limites e regras de transferência. A base de conhecimento reúne documentos, respostas aprovadas e regras do negócio. As integrações começam pelo que o agente precisa consultar para resolver os casos mais comuns.

Os testes simulam conversas reais, inclusive as difíceis, antes de publicar; pular essa etapa é o que mais gera retrabalho. No go-live, publique com horário e regras claros, leia as conversas da primeira semana e ajuste a base. A boa entrega se mede pela rotina de revisão depois do go-live, e é aí que começa a operação mensal.



01 Diagnóstico

02 Desenho

03 Base

04 Integrações

05 Testes

06 Go-live

05
Reter e crescer.

O contrato se renova quando o relatório chega à venda.

SLA escrito, relatório do funil inteiro, conversões ligadas ao anúncio e dados tratados conforme a LGPD. Depois, os modelos de parceria com fornecedores de tecnologia, um plano de 90 dias e as perguntas para a reunião de sócios.

PARTE 05 · NESTA PARTE

- SLA de atendimento de leads p. 44
- O relatório que protege a conta p. 45
- Conversões offline na Meta p. 46
- LGPD: quem é quem p. 47
- Modelos de parceria p. 48
- Plano de 90 dias p. 49
- Perguntas para os sócios p. 50

Foto: Wilfredor, CC0

SLA DE ATENDIMENTO DE LEADS

Com SLA escrito, a agência é avaliada pela parte que controla.

O **SLA de atendimento de leads** é o acordo entre a agência e o cliente que define em quanto tempo cada lead recebe a primeira resposta, é retomado e chega ao vendedor, com meta e forma de medir combinadas. Ele entra no contrato como anexo de responsabilidades: o que é da agência (mídia, mensagem inicial, relatório) e o que é do cliente (resposta, retomada, registro).

Na renovação, a discussão sai de “a campanha não vendeu” e vai para “em que etapa o lead parou”. Quando o cliente não cumpre o SLA, a agência tem uma conversa de solução: um agente de IA que responde na hora, qualifica e deixa o lead pronto para o próximo turno do vendedor.



01 **Indicadores e metas**

02 **Fonte de dados única**

03 **Revisão mensal e trimestral**

04 **Consequência combinada**

O RELATÓRIO QUE PROTEGE A CONTA

Mostre o funil inteiro, do investimento à receita.



tolky.to/ Na Tolky, a tela Início mostra conversas resolvidas com IA e horas economizadas, e os Relatórios abrem o funil por etapa, os números que sustentam a operação mensal.

- Investimento e conversas, do Gerenciador de Anúncios.
- Respostas e tempo de primeira resposta, da plataforma.
- Qualificados, oportunidades e vendas, do CRM.

SINAL PARA ACOMPANHAR

Custo por lead qualificado e custo por venda, com a fonte de cada número escrita no relatório.

CONVERSÕES OFFLINE NA META

Três caminhos para ligar o anúncio de WhatsApp à venda.

Caminho	Como funciona	Precisão	Esforço
Etapa no CRM	Origem registrada no contato e venda marcada no funil	Média	Baixo
Código na mensagem	Mensagem inicial própria de cada campanha	Por campanha	Baixo
Conversions API	Guarda o ctwa_clid e envia Purchase ou QualifiedLead à Meta	Por clique	Alto

Só a integração devolve a venda à Meta no nível do clique e alimenta a otimização da campanha. Ela exige parceiro de mensagens, permissões e alguém para manter o envio. Muitas agências começam pela etapa no CRM e evoluem.

> *O Click-to-WhatsApp Click ID (ctwa_clid) é um identificador pessoal, único por clique, exposto à empresa quando a conversa veio de um anúncio de clique para o WhatsApp.*
>
> **Meta for Developers**
>
> Conversions API for Business Messaging

tolky.to/ A Tolky registra origem e etapa no CRM, mas não guarda o ctwa_clid nem envia sozinha eventos à Meta; isso pede integração sob medida.

Fonte: Meta for Developers, Conversions API for Business Messaging, conferida em 23/11/2026. Tradução livre.

LGPD: QUEM É QUEM

Cliente controla, agência opera.

Num projeto de agente, o cliente decide sobre o tratamento dos dados dos contatos dele, e a agência trata esses dados em nome dele, seguindo as instruções recebidas. Formalize os papéis num acordo de tratamento de dados, com o que o agente coleta, por quanto tempo e quem acessa.

Os outros dois riscos que derrubam projetos andam juntos: API não oficial do WhatsApp, que pode levar ao bloqueio do número do cliente, e promessa de automação total. Agente de IA resolve parte das conversas e passa o resto para pessoas; proposta que promete 100% vira cliente insatisfeito no primeiro mês.



> *"VI - controlador: pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, a quem competem as decisões referentes ao tratamento de dados pessoais;"*

> *"VII - operador: pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, que realiza o tratamento de dados pessoais em nome do controlador;"*
>
> Lei nº 13.709/2018 (LGPD), art. 5º

MODELOS DE PARCERIA

Indicar, revender ou ter um produto com a sua marca.

Programas de parceria de plataformas de CRM e de WhatsApp se organizam em três modelos, que mudam quem vende, quem fatura e de quem é a marca. Compare também formação, suporte em projetos, conflito de canal e o destino dos dados do cliente.

INDICAÇÃO

Você apresenta

A agência indica e registra a oportunidade; o fornecedor vende, contrata e atende. Bom para começar sem montar operação.

Comissão recorrente

SOLUÇÃO

Você vende e implanta

A agência vende, implanta e acompanha com a marca do fornecedor e cobra os próprios serviços de implantação e operação.

Serviços da agência + benefício por nível

MARCA PRÓPRIA

Você é o produto

A agência opera a plataforma com a própria marca e domínio, define o preço final e fatura o cliente. Exige operação de suporte.

Preço final definido pela agência

tolky.to/ O Programa de Parcerias Tolky tem as três trilhas, com formação e certificação gratuitas e sessões 1 a 1 nos projetos iniciais: tolky.to/parceiros.

PLANO DE AÇÃO

Um plano de 90 dias para o primeiro caso virar oferta.

O caminho mais seguro é gradual: formar uma ou duas pessoas, escolher um cliente que já sofre com lead sem resposta, entregar um agente de qualificação, medir e transformar o caso em oferta para o resto da carteira.

30

Preparar

Dias 1 a 30. Duas pessoas formadas, conta de prática, diagnóstico em três clientes da carteira e linha de base de cada um.

60

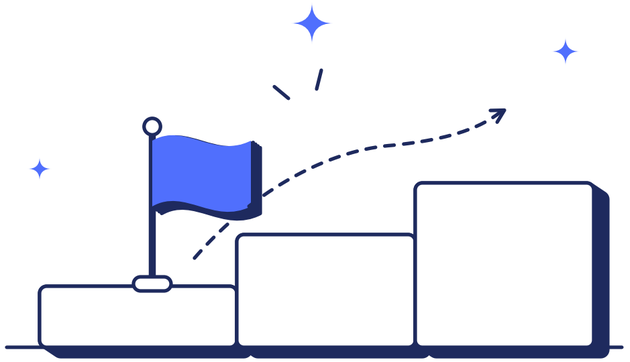
Entregar

Dias 31 a 60. Um piloto com um número, um agente e uma meta de atendimento, com SLA e relatório combinados antes do go-live.

90

Ofertar

Dias 61 a 90. Relatório do primeiro mês na mesa, piloto convertido em fee e o caso transformado em oferta por segmento.



PARA A REUNIÃO DE SÓCIOS

Dez perguntas antes de colocar IA no portfólio.

Leve estas perguntas para a reunião em que a agência decidir vender IA. Se alguma ficar sem resposta clara, o serviço ainda é um teste, por melhor que pareça na apresentação.

01 Quais três clientes da carteira já sentem o problema?

02 Quem na agência vai responder pela operação dos agentes?

03 Vamos montar com n8n, com plataforma ou com marca própria?

04 Como separamos implantação, operação e custos do cliente?

05 Que SLA estamos dispostos a assinar com o cliente?

06 Todos os projetos usam a API oficial do WhatsApp?

07 Os projetos respeitam a regra da Meta para IA?

08 Temos acordo de tratamento de dados com cada cliente?

09 Como o relatório vai ligar a mídia à venda?

10 Qual modelo de parceria combina com a agência em um ano?

CONCLUSÃO

A agência que vende IA cuida do que acontece depois do clique.

O cliente já vive no WhatsApp, já usa IA para produzir campanha e agora pode ligar um agente genérico sozinho. O que ele não tem é método: diagnóstico, base de conhecimento, regras de transferência, CRM com histórico, campanhas com critério, medição até a venda e revisão contínua. É esse trabalho que vira fee mensal e contrato renovado.

01

Venda atendimento de empresa. Agente com missão definida, pela API oficial, dentro das regras da Meta e da LGPD.

02

Abra a conta. Plataforma e Meta à parte, implantação como projeto e operação como fee por faixa de volume.

03

Meça até a venda. SLA escrito e relatório do funil inteiro protegem a conta na renovação.

PRÓXIMO PASSO

Vamos conversar?

A Tolky já reúne CRM com IA, atendimento com IA, ligações com voz por IA e agentes que aprendem com a equipe, na mesma plataforma, pela API oficial do WhatsApp.

Conte qual cliente da sua carteira você quer levar primeiro. A gente mostra, com telas reais, como fica a entrega, e apresenta o Programa de Parcerias em tolky.to/parceiros.

tolky.to/contato

tolky.to/



CITAÇÕES NO ORIGINAL

O texto exato de cada fala traduzida.

7 *"61% of marketers believe that marketing is experiencing its biggest disruption in 20 years due to AI."* HubSpot, 2026 State of Marketing.

11 *"WhatsApp updated its platform policies, and as a result Copilot will no longer be available on WhatsApp after January 15, 2026."* Equipe do Copilot, Microsoft, 24/11/2025.

25 *"The secret sauce for sales AI agents is unified data."* Adam Alfano, Salesforce, 03/02/2026.

41 *"Building, running, and maintaining workflows on your own n8n instance on behalf of clients is permitted, including charging consulting or development fees."* n8n, License FAQ.

11 *"The purpose of the WhatsApp Business API is to help businesses provide customer support and send relevant updates."* Porta-voz da Meta ao TechCrunch, 18/10/2025.

19 *"Our research shows that most companies are not responding nearly fast enough."* Oldroyd, McElheran e Elkington, HBR, março de 2011.

29 *"(...) are strictly prohibited from accessing or using the WhatsApp Business Platform (...) when such technologies are the primary (rather than incidental or ancillary) functionality being made available for use (...)."* Meta, 23/09/2026.

46 *"The Click-to-WhatsApp Click ID (ctwa_clid) is a personal identifier, unique per click, that is exposed to the business when the user entering the conversation originated from a click to WhatsApp ad."* Meta for Developers.

FONTES

Referências, conferidas em novembro de 2026.

Mobile Time, 23/06/2026: Super Panorama Mobile Time/Opinion Box
HubSpot, 2026 State of Marketing
RD Station, Panoramas 2026: agências, cenário
Meta, 03/06/2026: Conversations 2026, Meta Business Agent
Salesforce, 03/02/2026: State of Sales, 7ª edição
TechCrunch, 18/10/2025: termos vetam chatbots de uso geral
CADE, 12/01/2026: inquérito e medida preventiva
CADE, 23/04/2026: multa diária mantida
Comissão Europeia, 09/06/2026: medidas cautelares
HBR, mar. 2011: The Short Life of Online Sales Leads
Meta: Conversions API for Business Messaging
Tolky: planos e preços, consulta de 16/11/2026
Mobile Time, 09/06/2026: WhatsApp na tela inicial
RD Station, Panoramas 2026: inteligência artificial
RD Station, Panoramas 2026: agências, clientes
Meta e Morning Consult, 26/08/2025: MPMEs na América Latina
Meta, 23/09/2026: termos da WhatsApp Business Platform
Microsoft, 24/11/2025: Copilot deixa o WhatsApp
CADE, 04/03/2026: Tribunal mantém a medida
Meta, preços para provedores de IA
Meta, preços da WhatsApp Business Platform
n8n: License FAQ e Sustainable Use License
Lei nº 13.709/2018 (LGPD), art. 5º e art. 39
Tolky: Programa de Parcerias

Imagens: capa gerada com o Gemini (pessoa fictícia); fotos da Wikimedia Commons em CC0 (Crew, Pixel.la, Wilfredor), Shixart1985 e Carlos Ebert em CC BY 2.0; quadro de vídeo de stockyana (Mixkit Free License). Telas: capturas reais da plataforma Tolky com dados de demonstração. Ilustrações e marca: design system Tolky.