

# O QUE VEM DEPOIS DO B2B E DO B2C

---

Como a IA está criando novos modelos de transação — e o que isso significa para quem vende, atrai e retém clientes no B2B.

## RENATO KIALKA

Head of Sales LATAM · Patagon AI

Baseado nos capítulos 18–24 do livro "A Morte do Funil"

## INTRODUÇÃO

# Por que o modelo de transação está mudando

---

O funil de vendas foi inventado em 1898 por Elias St. Elmo Lewis. Era um modelo elegante para uma época em que compradores eram humanos, decisões levavam semanas e a informação era escassa. Mais de 125 anos depois, usamos a mesma estrutura para tentar capturar um mercado irreconhecível.

A IA não está apenas automatizando etapas do funil. Ela está substituindo o comprador humano em partes crescentes da jornada. E quando o comprador é um agente, o funil simplesmente não existe — porque o agente não clica em banner, não preenche formulário e não assiste webinar.

Este guia documenta os oito novos modelos de transação que emergem dessa ruptura. Não são tendências futuras — são modelos que empresas reais já estão operando hoje. Para cada modelo, exploramos como funciona, quem já faz, e o que significa para times de Marketing, Vendas e Revenue Operations.

## O mapa dos novos modelos

Os modelos não são mutuamente exclusivos. Uma empresa pode operar B2A e AaaS simultaneamente. O que importa é entender qual lógica governa cada transação — e adaptar sua estratégia de go-to-market para cada uma delas.

Modelo	Quem compra	Quem vende	Humano na jornada
B2A	Agente de IA	Empresa	Aprova no final
A2B	Empresa	Agente pessoal do comprador	Só aprova
A2C	Consumidor	Agente da empresa	Nenhum (empresa)
A2A	Agente comprador	Agente vendedor	Zero intervenção
H2A	Humano	Agente (delegado)	Define objetivo
B2A2C	Agente intermediário	Empresa → Consumidor	Controla o agente
AaaS	Cliente	Agente especializado	Supervisiona
MAN	Rede de agentes	Rede de agentes	Arquiteta o sistema

## MODELO 01 DE 08

# B2A

BUSINESS TO AGENT

Sua empresa não vende mais para uma pessoa. Vende para o agente dela.

## O QUE É

Quando seu cliente usa um agente de IA para pesquisar, comparar e selecionar fornecedores, você não está mais competindo pela atenção de um humano. Está competindo pela legibilidade para uma máquina. O agente pesquisa, compara e decide. O comprador humano só aparece para assinar.

## COMO FUNCIONA NA PRÁTICA

O agente do cliente recebe uma instrução em linguagem natural: "encontre o melhor fornecedor de CRM para uma empresa B2B com 200 funcionários, integração com HubSpot e orçamento de R\$3.000/mês". O agente então consulta APIs, lê documentação técnica, compara planos, verifica reviews e retorna uma lista ranqueada. A empresa que não tem dados estruturados, APIs abertas e documentação legível por máquina simplesmente não aparece.

### IMPLICAÇÃO PARA REVENUE TEAMS

***SEO está sendo substituído por AEO — Agent Experience Optimization. Seu produto precisa ser estruturado para um agente: dados em formato machine-readable, APIs públicas bem documentadas, preços e condições acessíveis sem formulário. Se o agente não consegue ler, você não existe.***

## QUEM JÁ FAZ

### ■ Patagon AI

Empresa B2B de Revenue Operations que está migrando para o modelo B2A.

A Patagon estrutura APIs públicas, documentação técnica em formato machine-readable e preços em schema JSON para que agentes de compras de clientes corporativos possam avaliar, comparar e selecionar a solução sem formulários ou demos obrigatórias.

### ■ Salesforce Agentforce

Plataforma que permite que agentes de clientes consultem e comprem soluções Salesforce autonomamente.

O agente do cliente pode avaliar módulos, verificar compatibilidade com a stack existente e iniciar um trial — tudo sem falar com um vendedor.

### ■ AWS Marketplace

Marketplace de software que já é majoritariamente acessado por agentes de DevOps.

Times de engenharia usam agentes para selecionar, comparar e provisionar serviços diretamente via API — o humano aprova o billing no final.

## O QUE FAZER AGORA

1. Crie uma API pública com documentação em linguagem natural
2. Estructure preços, planos e diferenciais em formato JSON/schema legível por agentes
3. Remova friction points que só existem para humanos (formulários de contato, demos obrigatórias)
4. Monitore como agentes interpretam sua proposta de valor — teste com ChatGPT, Claude e Gemini

## MODELO 02 DE 08

# A2B

AGENT TO BUSINESS

O agente pessoal do seu cliente faz toda a jornada de compra por ele.

## O QUE É

No modelo A2B, não é a empresa que usa um agente — é o comprador individual. Um profissional de compras, um diretor financeiro ou um gestor de TI delega para seu agente pessoal a tarefa de pesquisar, comparar e negociar condições. O humano só aparece para aprovar no final — e às vezes nem isso.

## COMO FUNCIONA NA PRÁTICA

O comprador instrui seu agente: "preciso renovar nossa licença de segurança de endpoints para 500 máquinas. Quero três opções comparadas, priorizando integração com nosso stack atual e suporte em português". O agente conduz a jornada inteira: pesquisa, solicita cotações via API, lê contratos, negocia condições e apresenta um resumo executivo para aprovação. A empresa que exige uma call de discovery como primeiro passo simplesmente é removida da lista.

### IMPLICAÇÃO PARA REVENUE TEAMS

***O comprador humano está desaparecendo da jornada de compra. Você não convence mais pessoas — você convence sistemas. Sua estratégia de vendas precisa funcionar de forma assíncrona: proposta de valor clara, condições acessíveis sem negociação humana e um processo de onboarding que o agente consiga conduzir sozinho.***

## QUEM JÁ FAZ

### ■ Microsoft 365 Copilot

O Copilot já atua como agente de compras para renovações e expansões de licença.

Gestores de TI usam o Copilot para comparar planos, simular custos de upgrade e gerar relatórios de ROI — eliminando o ciclo de vendas tradicional.

### ■ Perplexity for Business

Ferramenta usada por executivos para pesquisa e comparação de fornecedores.

Compradores B2B usam Perplexity para pesquisar alternativas a fornecedores existentes sem contato com nenhum vendedor durante a fase de consideração.

### ■ Clay + AI Agents

Combinação usada por times de procurement para enriquecer e avaliar fornecedores automaticamente.

O agente pesquisa fornecedores, verifica credenciais, compara pricing e retorna uma lista qualificada — o comprador humano vê apenas o resultado final.

## O QUE FAZER AGORA

1. Torne sua proposta de valor consumível de forma assíncrona — sem depender de uma call
2. Crie case studies em formato estruturado, não apenas PDFs narrativos
3. Ofereça trial ou POC self-service — o agente precisa testar sem falar com vendas
4. Disponibilize contratos e condições comerciais de forma transparente e digital

**MODELO 03 DE 08**

# A2C

AGENT TO CONSUMER

A empresa usa agente de IA para vender ao consumidor. 24/7, sem representante humano.

## O QUE É

No modelo A2C, a empresa substitui parte ou toda sua força de vendas por agentes de IA que vendem diretamente ao consumidor final. Diferente de um chatbot de atendimento, o agente de vendas A2C conduz a jornada completa: qualifica, apresenta, negocia, fecha e faz onboarding — tudo de forma autônoma e personalizada.

## COMO FUNCIONA NA PRÁTICA

O consumidor inicia uma conversa (WhatsApp, site, app). O agente qualifica o contexto, apresenta a solução mais adequada para aquele perfil específico, responde objeções com base no histórico de conversas similares, oferece condições dinâmicas baseadas no comportamento do consumidor e fecha a venda. Preço, prazo e condições são ajustados em tempo real com base em variáveis como momento da jornada, sinal de intenção e perfil de risco.

### IMPLICAÇÃO PARA REVENUE TEAMS

***O representante comercial não some — ele vira supervisor de agentes. Seu trabalho passa a ser calibrar, melhorar e escalar os agentes. A métrica que importa deixa de ser "ligações por dia" e passa a ser "taxa de conversão do agente" e "custo por venda automatizada". Quem não fizer essa transição será substituído — pelo agente ou pela empresa concorrente que já usou.***

## QUEM JÁ FAZ

### ■ Nubank

O Nu usa agentes de IA para todo o processo de abertura de conta, concessão de crédito e upsell de produtos.

O cliente nunca fala com um humano durante a jornada de compra de novos produtos financeiros — o agente conduz, qualifica e fecha.

### ■ Quinto Andar

Plataforma imobiliária que usa agentes para conduzir a jornada de locação sem corretores humanos.

O agente qualifica o perfil do locatário, apresenta imóveis relevantes, agenda visitas autônomas e conduz a negociação de condições — sem intervenção humana.

### ■ iFood / Rappi

Plataformas que usam agentes para personalizar promoções e fechar upsell em tempo real.

O agente analisa o comportamento do pedido em andamento e oferece complementos com timing e precificação dinâmica — taxa de conversão 3x maior que email marketing.

## O QUE FAZER AGORA

1. Mapeie quais etapas da sua jornada de vendas podem ser conduzidas por agente sem perda de qualidade
2. Crie playbooks de vendas em formato que agentes possam executar
3. Implemente pricing dinâmico — agentes sem autonomia de preço perdem negócios
4. Meça a satisfação do cliente pós-venda automatizada vs. venda humana

**MODELO 04 DE 08**

# A2A

AGENT TO AGENT

---

O agente de compras de uma empresa negocia com o agente de vendas de outra. Zero intervenção humana.

## O QUE É

O modelo A2A é o mais disruptivo — e o mais próximo de se tornar mainstream do que a maioria imagina. Nele, não há humano na jornada de transação. O agente de compras de uma empresa e o agente de vendas de outra negociam diretamente: preço, prazo, volume, condições de entrega e SLA. Tudo acordado em milissegundos. O humano aparece, se aparecer, apenas para auditar contratos de alto valor.

## COMO FUNCIONA NA PRÁTICA

A empresa A precisa repor estoque de componentes eletrônicos. Seu agente de compras consulta automaticamente os agentes de vendas dos fornecedores pré-aprovados, negocia condições com base nos parâmetros da empresa (preço máximo, prazo mínimo, certificações exigidas), seleciona a melhor oferta e emite a ordem de compra — sem intervenção humana. O agente vendedor da empresa B confirma, verifica estoque, reserva e envia confirmação. Todo o ciclo leva segundos.

#### IMPLICAÇÃO PARA REVENUE TEAMS

*O World Economic Forum estima que 10% do comércio global será A2A até 2035. Para times de Revenue, isso significa que parte crescente do pipeline virá de transações iniciadas por agentes — não por humanos. Sua empresa precisa ter agentes de vendas prontos para negociar com agentes compradores. Protocolos abertos como o MCP (Model Context Protocol) da Anthropic já são a infraestrutura técnica para isso.*

## QUEM JÁ FAZ

### ■ Patagon AI

Empresa de Revenue Operations que opera no modelo A2A quando seus agentes de vendas negociam com agentes de compras de clientes corporativos.

Preço, prazo e condições são acordados via API em milissegundos, sem intervenção humana até a aprovação final — eliminando o ciclo de vendas tradicional para renovações e expansões de contrato.

### ■ Stripe + AI Billing Agents

A Stripe já suporta agentes que gerenciam upgrades e downgrades de plano de forma autônoma.

Um agente do cliente pode negociar condições de volume diretamente com a API da Stripe — sem falar com nenhum humano da Stripe.

### ■ Protocolos emergentes: MCP e A2A Protocol

Google e Anthropic lançaram protocolos abertos para comunicação entre agentes.

O A2A Protocol do Google (2025) define um padrão de como agentes de diferentes empresas se comunicam, autenticam e transacionam — é a infraestrutura do comércio A2A.

## O QUE FAZER AGORA

1. Implemente suporte ao MCP (Model Context Protocol) nos seus sistemas comerciais
2. Crie um "agente de vendas" que possa responder a consultas de agentes compradores via API
3. Defina parâmetros de negociação autônoma: até que ponto seu agente pode negociar sem aprovação humana
4. Comece com automação de renovações — é o caso de uso A2A mais maduro e de menor risco

## MODELO 05 DE 08

# H2A

HUMAN TO AGENT

O humano define o objetivo. O agente executa de ponta a ponta.

## O QUE É

No modelo H2A, o humano não desaparece — mas muda radicalmente de papel. Em vez de executar tarefas, ele define objetivos em linguagem natural e delega a execução completa para um agente. A interface deixa de ser um software com menus e formulários e passa a ser uma conversa. Sem formulário. Sem funil. Sem fricção.

## COMO FUNCIONA NA PRÁTICA

Um diretor de marketing diz ao seu agente: "quero aumentar a geração de leads qualificados em 30% até o fim do trimestre sem aumentar o budget". O agente analisa os dados históricos, identifica os canais de maior ROI, redesenha a alocação de budget, cria variações de copy para testes, programa os experimentos e reporta resultados semanalmente. O humano tomou uma decisão estratégica. O agente fez todo o resto.

### IMPLICAÇÃO PARA REVENUE TEAMS

***A jornada de compra deixa de ser uma sequência de interações humanas e passa a ser uma instrução seguida de resultado. Para Revenue Teams, isso significa que o processo de venda precisa ser redesenhado para ser conduzível por agente — da qualificação ao fechamento. O vendedor que sobrevive é o que sabe instruir e supervisionar agentes, não o que executa cada etapa manualmente.***

## QUEM JÁ FAZ

### ■ HubSpot AI Agents (Breeze)

A HubSpot lançou agentes que executam campanhas completas a partir de instruções em linguagem natural.

Um usuário escreve "crie uma campanha de email para reativar leads inativos dos últimos 6 meses com desconto progressivo" — o agente cria, segmenta, escreve, agenda e reporta.

### ■ Salesforce Einstein Copilot

Agente que executa workflows de vendas a partir de comandos do vendedor.

O vendedor diz "prepare um briefing completo sobre a conta Acme antes da minha reunião de amanhã" — o agente agrega dados do CRM, notícias recentes, histórico de interações e entrega um documento pronto.

## O QUE FAZER AGORA

1. Mapeie quais tarefas do seu time de vendas são executáveis por agente com instrução simples
2. Crie "playbooks em linguagem natural" — instruções que qualquer agente possa seguir
3. Treine seu time para delegar, não executar: o skill mais valioso passa a ser saber instruir agentes
4. Meça produtividade por objetivo alcançado, não por atividade executada

**MODELO 06 DE 08**

# B2A2C

BUSINESS TO AGENT TO CONSUMER

O agente age como canal de distribuição entre empresa e consumidor final.

## O QUE É

O B2A2C é a evolução do modelo de canal tradicional — mas com agentes no lugar de distribuidores humanos. A empresa não vende diretamente ao consumidor: ela vende através de um agente intermediário que pertence ao consumidor ou a uma plataforma. Não é um bot de atendimento. É um novo tipo de intermediário — autônomo, personalizado e sempre disponível.

## COMO FUNCIONA NA PRÁTICA

Uma seguradora vende através do assistente pessoal do cliente. O consumidor pergunta ao seu agente: "preciso de um seguro de vida simples, menos de R\$200/mês". O agente consulta APIs de seguradoras que já têm integração B2A2C, compara coberturas, verifica reputação e contratação digital, e apresenta duas opções. O consumidor escolhe. O agente contrata. A seguradora nunca falou com o consumidor — falou com o agente dele.

#### IMPLICAÇÃO PARA REVENUE TEAMS

***Parcerias de canal passam a incluir integrações A2A como pré-requisito. Quem controla o agente intermediário, controla o acesso ao cliente. Plataformas como Apple Intelligence, Google Gemini e Amazon Alexa já são agentes intermediários com bilhões de usuários. Sua empresa precisa ter uma estratégia de distribuição via agentes — assim como teve uma estratégia de SEO quando a busca dominou a descoberta.***

## QUEM JÁ FAZ

### ■ Apple Intelligence + parceiros financeiros

A Apple Intelligence já intermedia produtos financeiros para usuários do iPhone.

Bancos e seguradoras que têm integração via API com o ecossistema Apple chegam ao consumidor através do assistente — sem app próprio, sem marketing direto.

### ■ Amazon Alexa + e-commerce

A Alexa já funciona como canal B2A2C para compras por voz, representando marcas que integram com o ecossistema.

Marcas que têm produtos no catálogo da Alexa são vendidas pelo agente da Amazon — o humano só aprova a compra por voz.

### ■ WhatsApp Business + Meta AI

O Meta está posicionando a Meta AI como agente intermediário entre negócios e consumidores no WhatsApp.

Empresas que integram com a Meta AI podem ser recomendadas e até ter produtos vendidos pelo agente dentro do WhatsApp — sem interação humana da empresa.

## O QUE FAZER AGORA

1. Mapeie quais agentes intermediários seus clientes já usam (Apple, Google, Amazon, Meta)
2. Crie integrações API com os principais ecossistemas de agentes pessoais
3. Pense em "agent-first distribution" — sua estratégia de canal precisa incluir agentes
4. Desenvolva dados estruturados sobre seus produtos que agentes intermediários possam consumir

**MODELO 07 DE 08**

# AaaS

AGENT AS A SERVICE

---

Você não vende software. Não vende consultoria. Vende um agente especializado que age por você.

## O QUE É

O AaaS é o modelo de negócio mais próximo do EaaS — Execution as a Service — descrito no livro. Em vez de vender acesso a um software (SaaS) ou horas de consultoria, você vende um agente que executa uma função específica de forma autônoma e contínua. O cliente não paga por assento — paga por resultado ou por capacidade de execução.

## COMO FUNCIONA NA PRÁTICA

Uma empresa de Revenue Operations vende um agente de prospecção que identifica, qualifica e personaliza outreach para 500 leads por semana. O cliente não gerencia nenhuma ferramenta — recebe leads qualificados prontos para o time comercial abordar. O agente opera continuamente, aprende com os resultados e se adapta sem intervenção do cliente. O preço é por lead qualificado entregue, não por assento de software.

#### IMPLICAÇÃO PARA REVENUE TEAMS

*O EaaS substitui o SaaS por assento. Você não cobra por acesso — cobra por resultado. O modelo de precificação muda junto com o produto. Isso cria novos desafios (como precificar resultados?) e novas oportunidades (margens muito maiores para quem consegue automatizar a entrega de resultado). A Alice — agente de Revenue Advisor descrita no livro — é um exemplo de AaaS: não é uma consultoria, é um agente que aplica os 25 frameworks para a operação específica do assinante.*

## QUEM JÁ FAZ

### ■ Patagon AI

Empresa de Revenue Operations que vende agentes especializados como serviço — execução, não software.

O cliente não compra assento de plataforma nem contrata consultoria: contrata capacidade de execução. Agentes que prospectam, qualificam e personalizam outreach de forma autônoma, cobrados por resultado — lead qualificado entregue, não por usuário ativo.

### ■ 11x.ai

Startup que vende "SDRs digitais" — agentes que executam todo o trabalho de um Sales Development Representative.

O cliente não contrata um SDR humano nem uma ferramenta de automação: contrata um agente que prospecta, qualifica, personaliza e agenda reuniões de forma autônoma.

### ■ Harvey AI (jurídico)

Agente especializado em pesquisa jurídica e redação de contratos vendido como serviço.

Escritórios de advocacia contratam o Harvey não como software — mas como um associado júnior digital que executa pesquisa e redação. Cobrado por tarefa entregue.

## O QUE FAZER AGORA

1. Identifique qual função do seu cliente você pode executar melhor com um agente do que eles executam internamente
2. Redesenhe sua proposta de valor de "ferramenta" para "execução" — o que você entrega, não o que você oferece acesso
3. Modele precificação por resultado: custo por lead, por contrato, por reunião agendada
4. Comece com um caso de uso pequeno e bem definido — AaaS genérico não funciona, AaaS especializado sim

**MODELO 08 DE 08**

# MAN

MULTI-AGENT NETWORK

---

Marketing, Vendas e CS em sincronia automática. Sem reunião de alinhamento. Sem silo.

## O QUE É

O MAN é o estágio mais avançado — e o que mais impacta a estrutura de Revenue Operations. Em vez de um agente singular, a empresa opera uma rede de agentes especializados que se comunicam em tempo real: um agente de marketing passa um sinal de intenção para o agente de vendas que aciona o agente de CS para preparar o onboarding — tudo automaticamente, sem reunião de alinhamento.

## COMO FUNCIONA NA PRÁTICA

Um lead interage com um conteúdo de marketing. O agente de marketing detecta sinais de alta intenção (tempo na página, scroll, retorno), enriquece o perfil automaticamente e notifica o agente de vendas com contexto completo. O agente de vendas personaliza o outreach, agenda uma reunião e prepara o briefing. Quando o deal avança, o agente de CS recebe handoff estruturado e inicia o onboarding proativo — antes mesmo do cliente pedir. Nenhuma dessas transições exige ação humana.

#### IMPLICAÇÃO PARA REVENUE TEAMS

*O time ideal do futuro tem mais agentes do que humanos. RevOps deixa de ser alinhamento entre times e vira arquitetura de sistema. O profissional de RevOps do futuro não organiza reuniões — projeta redes de agentes. Quem projetar o melhor network de agentes, domina o mercado — porque opera com velocidade, consistência e custo que nenhum time humano consegue replicar.*

## QUEM JÁ FAZ

### ■ Intercom Fin AI

Rede de agentes de CS que resolve, escala e aprende automaticamente.

O agente de primeiro nível resolve, o agente especializado escala casos complexos, o agente de insights aprende com todos os casos e atualiza o knowledge base — sem intervenção humana na cadeia.

### ■ HubSpot Breeze Ecosystem

Ecosistema de agentes da HubSpot que integra marketing, vendas e CS numa rede coordenada.

Agentes de cada área se comunicam via dados compartilhados do CRM — um sinal de churn detectado pelo agente de CS aciona automaticamente o agente de vendas para uma conversa de expansão.

## O QUE FAZER AGORA

1. Mapeie os pontos de handoff entre Marketing, Vendas e CS — esses são os primeiros candidatos à automação MAN
2. Implemente um data layer compartilhado entre todos os agentes (o DuckDB é uma opção de baixo custo)
3. Comece com dois agentes que se comunicam — não tente construir o MAN completo de uma vez
4. Defina protocolos de escalada: quando o agente passa para humano, e qual humano



## CONCLUSÃO

### O funil foi feito para um comprador humano.

Quando o comprador é um agente, o funil não existe. Os 8 modelos deste guia não são tendências — são operações reais que empresas como Google, Stripe, HubSpot e Nubank já executam hoje.

***"Em qual desses modelos minha empresa já opera sem saber?"***

O livro completo cobre 25 frameworks.

**[amortedofunil.com.br](https://amortedofunil.com.br)**

Capítulo 1 grátis · Abril 2026 · R\$49,90