

Plataforma adapta conteúdos para acompanhar a mudança de hábito do consumidor, que agora utiliza assistentes virtuais nas buscas

A forma como as pessoas buscam informação e tomam decisões de compra segue em constante evolução. Em vez de apenas pesquisar termos isolados em buscadores, o consumidor agora recorre a assistentes de Inteligência Artificial (IA) para entender melhor sobre produtos e serviços antes de tomar uma decisão de compra. Acompanhando esse movimento, a Youse registrou um crescimento de 60% nos acessos vindos de ferramentas como ChatGPT, Gemini e buscas generativas no primeiro semestre de 2026.

O movimento acompanha uma tendência global de transformação na forma como as pessoas buscam informação e tomam decisões. Projeções da Gartner indicam que até 25% das buscas online devem migrar de buscadores tradicionais para assistentes de IA até 2026, enquanto estudos da McKinsey & Company apontam que o uso de IA generativa tem reduzido o tempo de decisão em jornadas complexas.

Para a Youse, o foco não é apenas "aparecer na busca", mas garantir que a resposta entregue pela IA esteja conectada com seu posicionamento de ter uma comunicação clara, relevante e consultiva para ajudar o cliente a decidir sobre seu seguro com segurança e inteligência. Os dados da plataforma mostram que quem chega por esses canais tende a estar mais bem informado e apresenta uma propensão de contratação superior à média dos canais tradicionais.

"O uso de assistentes de IA reflete a busca por uma jornada mais consultiva, onde as pessoas querem entender exatamente o que estão contratando para proteger seu patrimônio com segurança", comenta Ágata Siqueira, diretora de Marketing e Vendas da Youse. "Nosso papel é garantir que as informações sobre as nossas coberturas estejam prontas e claras nesses canais, apoiando o usuário nessa tomada de decisão."

A adaptação para o universo da IA generativa é tratada pela Youse como uma evolução natural do seu DNA de inovação. Com 10 anos de operação, a plataforma estruturou sua arquitetura de dados para ser recomendada pelos algoritmos com precisão.

"Esse novo contexto tem mudado a lógica do marketing. É sobre ser útil e relevante quando o cliente busca ajuda para decidir e entender melhor o serviço que deseja contratar", reforça Ágata. "Estruturamos a comunicação para ser compreendida nesses ambientes, garantindo que a clareza, facilidade e confiança, marcas registradas da Youse, continuem presentes no dia a dia digital das pessoas".

Fonte: Youse/Agência Máquina, em 12.08.2026.