

RADAR DIÁRIO DE SAAS + IA

Domingo, 26 de julho de 2026 • 09:01 BRT • leitura de 4 minutos

VISÃO RÁPIDA

Fato: Square reporta loyalty ligado ao POS com visitas 40% mais frequentes na Cinnaholic; Fresha mede perda recorrente por cancelamentos; Klaviyo põe o agente de serviço sobre o perfil CRM.
Interpretação: o valor não está em “mandar WhatsApp”, mas em capturar identidade, detectar o próximo evento e executar a ação dentro do fluxo operacional.
Implicação para Jay: validar primeiro um motor estreito — cadastro + gatilho + atribuição — e provar venda incremental ou agenda recuperada antes de ampliar o produto.

ATÉ 4 DESTAQUES

- Square / Cinnaholic — 85 lojas; a empresa afirma que membros do loyalty visitam 40% mais que não membros. Importa: recorrência mensurável nasce da união POS–CRM–automação, não de cashback isolado.
- Fresha — pesquisa própria com 200+ negócios e 500 clientes no Reino Unido: 56% relatam perda relevante; 16% perdem mais de 10% da receita com cancelamentos. Importa: “receita protegida” é dor mais vendável que agenda digital.
- Klaviyo Customer Agent — agente B2C usa compras, loyalty e campanhas, atua em WhatsApp e executa retorno/promoção; FAQ declara 65% das perguntas sem humano. Importa: contexto transacional + ação supera bot de FAQ.
- CDK Built-In CDP — unifica dados do cliente no fluxo já usado pela concessionária, sem novo login, e ativa marketing/vendas/serviço. Importa: adoção tende a vencer por invisibilidade operacional, não por mais um painel.

RADAR DA ENTREVISTA

SQUARE — valida/refuta: valida que loyalty integrado pode elevar frequência; não prova que cashback sozinho funciona em loja de ticket R\$ 100.
Copiar/perguntar: copiar coorte membro vs. não membro; perguntar “qual benefício faria você cadastrar o cliente em toda venda, sem exceção?”
FRESHA — valida/refuta: valida monetizar uma perda específica e recorrente; refuta começar por suíte ampla quando um vazamento tem ROI direto.
Copiar/perguntar: medir slots/receita perdidos; perguntar “quanto aviso, sinal ou lembrete reduz ausência sem irritar o cliente?”

3 TESTES PRÁTICOS

- Reativação atribuída: 30 clientes inativos, oferta única, 15 contatados/15 controle; medir resposta, venda e margem em 7 dias.
- Cadastro sem atrito: QR no balcão + benefício simples; meta ≥80% das vendas identificadas por 3 dias e registro do motivo de falha.
- Agenda protegida: em um negócio de serviços, lembrete 24h + confirmação + lista de espera por 14 dias; medir slots recuperados e receita.

PRÓXIMAS ENTREVISTAS

- Nos últimos 30 dias, quantas vendas ou reservas você acredita ter perdido por falta de follow-up — e como sabe?
- Qual tarefa de CRM/WhatsApp ninguém executa toda semana, mesmo sabendo que deveria?
- Que resultado em 30 dias justificaria pagar: clientes reativados, frequência, vendas atribuídas ou horas poupadas?

3 RISCOS

- Dado ruim: sem cadastro consistente, segmentação e atribuição viram promessa; instrumentar antes de automatizar.
- Canal alugado: política, consentimento e custo do WhatsApp podem mudar; manter opt-in e canal alternativo.
- Escopo: POS + catálogo + pagamento + logística diluem velocidade; integrar o sistema existente antes de substituí-lo.

IA & HERMES

- USAR AGORA — OpenAI: em maio, 70,2% da amostra do Codex delegou ao menos uma tarefa estimada em >1h humana; para Jay, quebrar pesquisa em entregáveis verificáveis e paralelos no Hermes/Sol.
- TESTAR — Claude Sonnet 5: oficial a US\$2/MTok entrada e US\$10/MTok saída até 31/8 (depois US\$3/US\$15), focado em agentes; rodar o mesmo conjunto de 10 tarefas contra GPT-5.6 Sol, sem trocar o padrão.
- ESPERAR — xAI: Grok 4.5 chegou a Google Workspace (24/7) e Workflows no Grok Build (23/7); integração é útil, mas não demonstra vantagem sobre Sol no fluxo atual. Sem rumor/comunidade incluído hoje.

3 AÇÕES PARA O JAY

- 1. Aplicar hoje o teste 15/15 de reativação e registrar margem, não só respostas.
- 2. Recrutar duas entrevistas de serviços com agenda para quantificar no-show e receita recuperável.
- 3. Montar o placar de 10 tarefas Sol x Sonnet 5: acerto, tempo, retrabalho e custo.

FONTES

1. Square — Cinnaholic retorna à Square (05/03/2026): squareup.com/us/en/press/square-and-cinnaholic
2. Fresha — Hidden Cost of Cancellations (02/02/2026): fresha.com/blog/cancellations-cost-study
3. Klaviyo — K:AI Customer Agent: klaviyo.com/solutions/ai/customer-agent
4. Klaviyo — Naked Wardrobe case: klaviyo.com/customers/case-studies/naked-wardrobe
5. CDK — Built-In Customer Data Platform (22/01/2026): businesswire.com/news/home/20260122251690/en
6. OpenAI — How agents are transforming work (25/06/2026): openai.com/index/how-agents-are-transforming-work
7. Anthropic — Introducing Claude Sonnet 5 (30/06/2026): anthropic.com/news/claude-sonnet-5
8. xAI — News / Grok integrations (23–24/07/2026): x.ai/news
Nota crítica: métricas de Square, Fresha e Klaviyo são divulgadas pelos próprios fornecedores/clientes; servem como hipótese e desenho de teste, não como causalidade independente. Corte de informação: 09:01 BRT.