

VISÃO RÁPIDA

- O melhor aprendizado de hoje é anterior ao software. A Podium pré-vendeu a cerca de 10 negócios antes de investir US\$ 750 por fundador; depois ia porta a porta pela manhã e construía à tarde. Para Jay: proposta, cartão e resultado antes de CRM completo.
- A cunha certa é uma ação única, mensurável e próxima da receita. A Podium começou pedindo review por SMS; só anos depois virou inbox, pagamentos e IA. A tese brasileira deve começar por “próxima ação que recupera venda”, não por catálogo + cashback + loja + logística.
- O Rio Innovation Week começa hoje. Só vale o R\$ 990 se virar campo: entrevistas agendadas e demonstrações comparáveis. Entrar para assistir palco amplo é baixo ROI.
- Hermes v0.20.0 é novidade material. Citações verificadas, webhooks assinados, A2A e ferramentas que se recuperam são úteis; ainda assim, não atualizar o ambiente principal sem teste isolado.

CASOS QUE DERAM CERTO LÁ FORA

PODIUM — EUA | reputação por SMS antes de “AI employee”

Origem e primeiro nicho. Eric Rea e Dennis Steele fundaram a empresa em 2014, em Lehi, Utah. O gatilho veio da oficina de pneus do pai de Rea: havia clientes satisfeitos, mas as avaliações públicas não refletiam isso. O primeiro produto resolvia uma única tarefa para negócios locais — pedir review por mensagem de texto com pouco atrito. O primeiro cliente pagante citado foi uma oficina mecânica de Utah; a US Chamber registrou em 2019 que ela ainda usava o produto.

Como validaram sem produto. Os fundadores descreveram o que pretendiam construir, foram fisicamente a lojas e pediram o cartão. Não cobriam antes da entrega. Quando cerca de 10 negócios aceitaram, cada fundador colocou US\$ 750 e construíram o MVP. Isso é mais forte que “você usaria?”: houve compromisso de pagamento antes de código. A validação posterior não foi a venda inicial, mas clientes relataram mais carros vendidos e novos pacientes após alguns meses.

Primeiros clientes e aquisição. De manhã, os dois dirigiam por Utah e vendiam porta a porta; à tarde, voltavam ao quarto do apartamento de Rea e incorporavam o feedback. Segundo Rea, o foco do primeiro ano era só construir algo desejado, colocá-lo no máximo de negócios possível e fazê-los pagar. O nicho prático incluía oficinas, concessionárias e dentistas: receita local sensível a reputação, atendimento e velocidade.

MVP, receita e capital. O MVP foi uma cunha estreita de review por SMS, vendido como assinatura recorrente. O preço histórico inicial não apareceu de forma confiável nas fontes consultadas; o preço atual também é sob orçamento, portanto não deve ser inventado. O capital próprio declarado foi US\$ 1.500 no total; depois houve seed/YC e venture capital. Os primeiros três hires descritos por Rea foram um engenheiro melhor que ele, um vendedor e uma pessoa para marcar reuniões para o vendedor — produto e distribuição, nessa ordem.

Tração declarada. Rea apresentou US\$ 60 milhões de ARR em quatro anos. A TechCrunch confirmou “bem acima de US\$ 100 milhões de ARR” em 2021 e uma rodada de US\$ 201 milhões a valuation pós-money de US\$ 3 bilhões — rodada não é valuation. Hoje, a página oficial diz que mais de 60 mil negócios confiam na Podium; a variação versus números históricos mostra por que não se deve misturar datas nem definições de “negócio”.

Produto atual e vantagem real. A Podium expandiu para inbox, leads, agendamento, pagamentos, reativação e agente 24/7. A vantagem não é “ter IA”: é contexto vertical acumulado, canal já inserido no fluxo comercial e integração com agenda/estoque. A empresa alega casos como 55 agendamentos fora do horário em 30 dias e resposta média de um minuto, mas são depoimentos no próprio site, sem desenho de controle publicado. Marketing útil, não evidência causal independente.

Por que funcionou. (1) Dor observável e conectada a receita; (2) canal familiar ao consumidor; (3) feedback diário com dono de pequeno negócio; (4) cobrança recorrente desde cedo; (5) expansão somente depois de retenção e resultado; (6) venda ativa, não esperança em self-service. O paradoxo: o começo foi barato, mas escalar SMB exigiu força comercial e capital — não é prova de que o negócio final seja solo ou de baixo suporte.

O QUE É COPIÁVEL NO BRASIL

- Copiar a sequência: escolher um evento comercial simples, pré-vender a 10 lojas, operar manualmente, provar dinheiro incremental e só então automatizar. Não copiar a suíte atual da Podium.
- Trocar SMS por WhatsApp, não a lógica. A cunha brasileira pode ser “retomar conversa sem resposta”, “avisar novidade compatível com interesse” ou “próxima ação diária”. Deve guardar origem, consentimento, cliente, motivo e resultado.
- Venda assistida cabe; disparo genérico não. O objetivo é parecer contato individual relevante, como Rea explicitou, e medir venda/margem por conversa. Grupo VIP sem atribuição pode vender, mas não ensina qual mensagem funciona.
- Não copiar: telefonia, pagamentos, reviews, catálogo, agenda, estoque e IA no mesmo MVP. Isso cria integração, suporte, LGPD e implantação artesanal antes de provar uma dor.

OPORTUNIDADES PARA MONTAR

1. PRÓXIMA VENDA — fila diária de follow-up para varejo local

Cliente e dor observável. Loja de decoração/moda/presentes com 1-5 vendedores, mix variável e vendas por Instagram/WhatsApp. A dor aparece quando contatos não entram no sistema, conversas morrem, novidades não são ligadas ao interesse e a dona não tem tempo para campanhas.

Oferta em uma frase. “Todo dia entregamos cinco clientes certos para contatar no WhatsApp, com motivo, produto e texto sugerido; você vê venda, margem e tempo gasto.”

Por que agora + evidência estranha. Podium provou que uma ação estreita por mensagem pode abrir uma categoria ampla; hoje vende justamente resposta, booking e reativação. A entrevista da Casa com coisas já mostra 60% dos contatos disponíveis, Grupo VIP que vende e falha de cadastro — há matéria-prima, mas ainda não prova willingness-to-pay.

MVP concierge, uma pessoa. Planilha com cliente, consentimento, interesse/item, última compra/conversa, motivo, prazo e resultado. Jay recebe exportação/nomes, escolhe 5 por dia, escreve sugestões e acompanha em 72h. Sem bot, catálogo, cashback ou integração com Zaal nas primeiras duas semanas.

Primeiros 10 clientes. Visitar 30 lojas em Três Rios/Petrópolis/Rio; mostrar a fila pronta com dados fictícios; oferecer piloto pago de 14 dias. Priorizar quem já vende em Grupo VIP e tem ao menos 100 contatos. Pedir indicação depois da primeira venda recuperada, não depois do onboarding.

Preço/margem e stack. Testar R\$ 249-499/mês por loja + onboarding padronizado de até R\$ 300; alvo de margem bruta >80% após automação. No concierge, Google Sheets/Airtable + WhatsApp Business + formulário curto. Depois, uma única integração opcional por CSV; API oficial só quando volume justificar.

Risco, suporte e motivo para NÃO fazer. O risco é depender da disciplina do vendedor e virar agência de campanha. Suporte provável: médio no início para limpar dados e revisar mensagens; só é atraente se cair para menos de 30 min/cliente/mês. Não fazer se a loja não registrar interesse, não autorizar contato ou se a venda incremental não cobrir 3x a mensalidade.

Teste de 14 dias. 3 lojas x 50 clientes elegíveis; 25 recebem follow-up específico e 25 ficam como controle pareado. Sucesso: ≥ 3 vendas incrementais por loja, margem incremental $\geq 3\times$ preço-alvo, execução ≤ 10 min/dia e $\geq 70\%$ das ações concluídas. Fracasso: resposta sem compra, margem baixa ou operação depender de Jay escrever tudo.

Notas: baixo capital 9/10 · operação solo 8/10 · automação 8/10 · recorrência 9/10 · suporte baixo 6/10

2. RESPOSTA PERDIDA — auditor de leads fora do horário para negócios com agenda

Cliente e dor observável. Clínica estética, oficina premium ou serviço residencial com ticket acima de R\$ 500, agenda e leads por WhatsApp/Instagram. A perda é concreta quando uma mensagem noturna recebe resposta só no dia seguinte, não há próximo passo e o lead fecha com concorrente.

Oferta em uma frase. “Mapeamos quais leads ficam sem resposta, fazemos triagem segura fora do horário e entregamos o handoff pronto; você paga para recuperar agendamentos, não por chatbot.”

Por que agora + evidência estrangeira. A Podium hoje posiciona resposta 24/7 e agenda como motor de conversão; seu site declara 55 agendamentos fora do horário em 30 dias em uma clínica. A evidência é do fornecedor, mas a unidade econômica é clara em tickets altos: poucas recuperações pagam o serviço.

MVP concierge. Durante 7 noites, mensagem automática informa o escopo; Jay classifica manualmente intenção, responde apenas FAQs aprovadas, coleta 3 dados e oferece dois horários. Toda exceção vira handoff; nada de diagnóstico médico, preço negociado ou promessa operacional.

Primeiros 10 clientes. Escolher um vertical e fazer auditoria gratuita de 48h com horários e tempos de resposta, sem ler conteúdo desnecessário. Abordar 30 negócios via Google/Instagram e parceiros de tráfego pago; vender piloto somente quando houver ≥ 10 leads/mês fora do horário.

Preço/margem e stack. Piloto R\$ 490–990; depois R\$ 399–899/mês conforme volume. WhatsApp Business Platform/provedor, agenda existente e planilha de eventos; no máximo uma agenda e uma fonte de leads. Margem-alvo $> 75\%$ depois de respostas aprovadas e classificação automática.

Risco, suporte e motivo para NÃO fazer. Erro de IA, expectativa de atendimento humano, LGPD e exceções por vertical. Suporte tende a médio/alto até o playbook estabilizar. Não fazer para ticket baixo, pouco lead noturno ou agenda sem disponibilidade confiável; aí é serviço de plantão disfarçado.

Teste de 7 dias. Medir todos os leads de 18h–8h contra a semana anterior: resposta em < 5 min, $\geq 80\%$ de handoffs completos, zero promessa errada e ≥ 2 agendamentos incrementais. Interromper no primeiro erro crítico. Só construir se o tempo humano cair abaixo de 4 min por lead.

Notas: baixo capital 8/10 · operação solo 7/10 · automação 8/10 · recorrência 8/10 · suporte baixo 5/10

RADAR DAS ENTREVISTAS

O que o caso valida. A falha de cadastro da Casa com coisas não pede um CRM maior; pede captura mínima dentro da rotina e uma consequência imediata. Podium sustenta a ordem “ação valiosa → uso recorrente → plataforma”. Grupo VIP que já gera venda também indica canal existente, não necessidade de marketplace próprio.

O que refuta/limita. O caso não prova que cashback seja a prioridade, que atendimento noturno venda decoração, nem que integração com estoque compense. Mix mudando 80% em dois meses torna catálogo completo caro de manter. Ticket de R\$ 100 exige alto volume: automação de plantão pode não fechar unidade econômica; follow-up de recompra parece melhor primeiro teste.

Pergunta 1 — comportamento passado: “Abra as últimas 20 conversas iniciadas pela loja: quantas terminaram em compra, quantas ficaram sem próxima ação e quanto de margem você acredita que ficou na mesa? Mostre três exemplos.”

Pergunta 2 — perda e rotina: “Na última semana, quais clientes a equipe pretendia procurar e não procurou? O que faltou — dado, tempo, motivo ou autorização — e quanto demoraria registrar isso durante a venda?”

FEIRAS E EVENTOS — RIO/SP

IR · COMEÇA HOJE | Rio Innovation Week · 04–07/08 · Píer Mauá, Rio

Fonte oficial confirma a 6ª edição e venda ativa; página de ingresso mostra passaporte de R\$ 1.520 por R\$ 990. O material oficial diverge entre três e quatro dias em um trecho promocional; as datas principais são 04–07/08. Objetivo: 8 entrevistas com donos/operadores e 3 demos de CRM/WhatsApp; buscar Arena.Rio, startups de varejo e automação. Regra: ir por um dia somente se ≥ 6 conversas estiverem combinadas; sem isso, ignorar o palco amplo. [Site](#) · [Ingresso](#)

CONSIDERAR | Super Bots Experience · 18–19/08 · WTC Events Center, São Paulo

Inscrição ativa via Sympla; preço não foi exposto no HTML consultado, então confirmar no checkout. Dia 18 tem Goomer vendendo por WhatsApp; dia 19 traz Cacau Show, TIM/WhatsApp, Sem Parar e painel de comércio/pagamento agêntico. Objetivo: perguntar volume, resolução, erro, handoff e venda incremental — não “qual modelo usam”. Priorizar ingresso só do dia 19 se custo for materialmente menor e houver quatro reuniões. [Site/agenda](#) · [Inscrição dia 19](#)

IR, CONDICIONADO | Mercado Livre Experience · 24–25/09 · São Paulo Expo

Site oficial confirma dois dias, endereço e venda: Experience R\$ 732 aparece como vendido; Premium R\$ 1.517; 15% off para clientes Mercado Pago no ingresso promocional. É a maior densidade de sellers da lista, mas cara com viagem. Objetivo: 10 entrevistas sobre conversa abandonada, recompra fora do marketplace, conciliação e catálogo; procurar Bling, Olist, Magis5, GoBots e operadores reais. Comprar só com agenda prévia. [Site/ingresso](#)

IA & HERMES

TESTAR — Hermes Agent v0.20.0 (oficial, 03/08). A Herald Release trouxe o skill de citações verificadas/fact-checking, webhooks de saída assinados, A2A v1.0, redirecionamento no meio do turno e recuperação automática de falhas de tools; também elevou o limite padrão de iterações de 90 para 500. Para este radar, citações verificadas são o ganho mais direto. Comparação com GPT-5.6 Sol: não é concorrente de modelo; melhora orquestração, auditabilidade e execução ao redor do Sol. Testar em perfil isolado com 3 briefings e 3 jobs; não alterar configuração principal agora.

USAR AGORA — padrão de pesquisa, sem atualizar. Copiar já a disciplina da release: cada métrica deve ter fonte, data e qualificador “empresa/fornecedor declarou”. Isso reduz o maior risco do briefing — transformar case comercial em causalidade. O PDF de hoje aplica essa separação à Podium.

ESPERAR — outros laboratórios. A varredura oficial de OpenAI, Anthropic, Google, Moonshot/Kimi, Qwen, DeepSeek e xAI não encontrou anúncio novo desde ontem com ganho prático superior ao baseline. Não repetir Sonnet 5, Kimi K3, DeepSeek V4 Flash ou Grok Voice sem benchmark próprio. GPT-5.6 Sol permanece padrão.

3 AÇÕES PARA O JAY

1. Hoje, antes de código: montar a oferta “cinco próximas vendas por dia” em uma página e pedir compromisso de piloto pago a 10 lojas; só avançar se pelo menos 3 aceitarem pagar após demonstração do concierge.

2. Hoje no RIW — se a agenda fechar: marcar seis entrevistas, levar as duas perguntas do radar e coletar evidência de conversas perdidas, minutos humanos e margem. Não comprar para circular sem roteiro.

3. Amanhã: iniciar o teste 3 lojas $\times$ 50 clientes, com grupo tratado e controle. Definir antes os critérios: venda incremental, margem $\geq 3\times$ preço, ≤ 10 min/dia e execução $\geq 70\%$.

FONTES

Podium/SaaSr — Scaling Outside Silicon Valley: saastr.com/scaling-outside-of-sv-60m-arr • US Chamber — Helping Small Businesses Grow: uschamber.com/co/good-company/growth-studio/podium-cofounders-interview • Podium — produto, clientes e orçamento: podium.com e podium.com/getpricing • TechCrunch — rodada/ARR (15/11/2021): techcrunch.com/2021/11/15/utahs-podium-raises-pre-ipo-round-boosting-its-valuation-to-3-billion/ • Contrary Research — Podium memo (16/11/2023): research.contrary.com/company/podium • RIW oficial/ingresso: rioinnovationweek.com.br • lpg.rioinnovationweek.com.br/riw-ingresso-a • Super Bots oficial/Sympla: botsexperience.com.br • sympla.com.br/evento/.../3242217 • Mercado Livre Experience oficial: mercadolivreexperience.mercadolivre.com.br • Hermes v0.20.0 release (03/08/2026): github.com/NousResearch/hermes-agent/releases/tag/v0206.8.3