

VISÃO RÁPIDA

- OnRamp prova uma sequência melhor que “construir e ver”: 3-4 meses entrevistando líderes, portal mínimo em Bubble, 15 empresas pagando cerca de US\$100/mês e só então engenheiro e código próprio. A parte copiável é validação paga; a suíte enterprise atual não é.
- Alerta de escopo: os fundadores admitem ter tentado construir três categorias ao mesmo tempo — tarefas, orquestração e portal. Para Jay, “CRM + campanhas + catálogo + pagamento + entrega” repete exatamente esse erro antes de provar uma ação estreita.
- Melhor teste novo: transformar o cadastro pós-compra em algo útil ao cliente — recibo/cuidados/garantia via WhatsApp — e medir se isso eleva captura sem exigir disciplina heroica do vendedor. Se não chegar a 80% em 7 dias, não há motivo para automatizar.
- Agenda: App Growth Summit já encerrou em 05/08 e foi excluído. Super Bots continua alinhado, mas caro; Feira do Empreendedor é gratuita e boa para entrevistas, não para conteúdo avançado.

CASOS QUE DERAM CERTO LÁ FORA

ONRAMP — O PORTAL NO-CODE QUE CONSEGUIU COBRAR ANTES DO PRIMEIRO ENGENHEIRO

País, fundadores e ano. Boston/EUA; Paul Holder e Ross Lerner; fundada em 2020, com investigação iniciada em 2019. Holder liderava Customer Success na Troops e antes onboarding na VTS; Lerner também havia trabalhado na VTS e estava na escola de negócios. A ideia nasceu de um problema vivido: depois de assinar um contrato B2B, tarefas, documentos e responsáveis ficavam espalhados, atrasando o momento em que o cliente realmente obtinha valor.

Problema original e primeiro nicho. A pergunta inicial não era “como usar IA no Customer Success?”, mas “a dificuldade de escalar um bom onboarding era só da VTS?”. Durante 3-4 meses, os dois entrevistaram líderes de Customer Success e usaram uma disciplina de produto de Lerner para decompor dores, casos de uso e até questionar se software era a solução. O primeiro ICP foi startup/SaaS com onboarding conduzido por pessoas — acessível pela rede dos fundadores e tolerante a produto inicial simples.

Primeiro produto. Os dois eram não técnicos. Aprenderam Bubble e fizeram apenas a peça que mais animava compradores: um portal voltado ao cliente, com passos do onboarding. Não era mockup; clientes reais colocavam seus próprios clientes dentro dele. A validação tinha duas barreiras: alguém paga? e confia o suficiente para expor o portal ao cliente? O MVP “mal funcionava”, segundo o resumo da entrevista, e o stack no-code nem era anunciado.

Primeiros clientes e venda. A entrevista do fundador relata aproximadamente 15 empresas pagantes, por volta de US\$100/mês. Vieram da rede pessoal, conversas de descoberta, indicações quentes e cada reunião pedindo a próxima introdução. Não há lista pública dos 15 nem CAC publicado; portanto, o canal é relato do fundador, não coorte auditada. O ponto forte é que pagamento e uso externo ocorreram antes de contratação técnica.

Como a venda evoluiu. Para contratos maiores, Google Ads trouxe leads errados — gente procurando consultoria para desenhar onboarding, não software para escalar um processo já existente. Cold e-mail perdeu eficácia. A empresa migrou para LinkedIn, conteúdo, conexões assistidas e ligações coordenadas (“bear hug”). Da rede vieram os primeiros 10-50 clientes; hoje a própria empresa desqualifica compradores pequenos ou sem processo maduro.

RADAR DE NEGÓCIOS + SAAS + IA / CASO E TESE

ONRAMP — MODELO, CAPITAL, TRAÇÃO E A PARTE QUE O MARKETING ESCONDE

Modelo de receita e preço. SaaS B2B recorrente; a página atual oferece planos, portal, workflows, reporting, integrações e IA, mas exige “book a demo” e não expõe valor final. O único preço inicial atribuído diretamente ao fundador é cerca de US\$100/mês. Com a migração upmarket, a entrevista fala em contratos anuais de cinco dígitos. Não usar isso como tabela de preço brasileira: são fases e ICPs diferentes.

Capital e tração. Depois dos 15 pagantes, uma pré-seed permitiu contratar Sean, primeiro engenheiro, e migrar por meses do Bubble para código próprio enquanto ainda vendiam o MVP. Em julho/2024, anúncio da companhia informou US\$14,2 milhões somados entre seed e Series A, lideradas por Contour e Javelin, três clientes Fortune 15, receita triplicada em cada um dos três anos anteriores e até 70% de redução de onboarding em clientes. Entrevista posterior registra quase 100 clientes, 25 funcionários e ARR de sete dígitos. Não foi divulgado valuation; rodada não é valuation.

Vantagem real. O wedge inicial tinha valor visível: substituir planilha/e-mail por uma experiência que o cliente realmente percorre e revelar onde ele travou. Isso reduz tempo até ativação e libera receita já contratada. A vantagem atual, porém, depende de processos complexos, integrações, segurança enterprise, vendas consultivas e Customer Success — tudo incompatível com operação solo. Métricas atuais do site (como Qualia: -53% no go-live e 3x capacidade) são casos selecionados pela empresa, sem controle público.

Por que funcionou. Dor vivida pelos fundadores; meses de descoberta antes de código; primeiro comprador vindo da rede; produto apresentado ao usuário final, não só dashboard interno; cobrança precoce; e, depois, foco em empresas onde 5-10% de eficiência valia milhões. A mudança upmarket não prova que SMB queria a mesma suíte: prova que o ROI era mais fácil de defender em contas grandes.

Erro admitido. A equipe tentou construir simultaneamente gerenciamento de tarefas, orquestração de workflow e portal — três categorias. Holder diz que deveria ter escolhido a dor mais forte e ido mais fundo. Também precisou abandonar pequenos clientes quando o produto enterprise exigiu foco. É um alerta direto contra começar pela visão completa de CRM, loyalty, catálogo, checkout e logística.

O que daria para copiar no Brasil. (1) entrevistar quem já executa o processo; (2) criar um artefato customer-facing simples; (3) cobrar antes do código próprio; (4) medir ativação, tempo até valor e pendências; (5) vender primeiro pela rede. Para a tese varejista, o análogo do portal não é um CRM completo: é algo que o consumidor quer receber e que, como efeito colateral, melhora cadastro e próxima ação.

O que não copiar. Não montar plataforma horizontal de onboarding, não prometer IA agêntica, não integrar CRM/ERP/assinatura antes de receita e não aceitar “desenhe nosso processo” — isso é consultoria. O OnRamp moderno tem capital, 25 pessoas, vendas enterprise e integrações; não é benchmark de operação solo.

O QUE É COPIÁVEL NO BRASIL

- Trocar formulário interno por utilidade externa. O vendedor falha ao cadastrar porque o benefício é da loja e o custo é dele. Um recibo, guia de cuidado, garantia ou reserva entregue ao comprador muda o incentivo: o cliente pede o registro e o vendedor conclui uma tarefa visível.
- Cobrar pelo piloto. US\$100 não validou escala do OnRamp, mas separou entusiasmo de compromisso. No Brasil, R\$149-600 por teste é suficiente para invalidar “gostei, mas não pago”.
- Medir comportamento, não intenção. Percentual de compras cadastradas, tempo do vendedor, documentos abertos, follow-ups executados e receita/margem atribuída. “Eu usaria” e “acho cashback legal” não contam.
- Escolher um ICP de cada vez. Comércio local e onboarding de micro-SaaS são dois testes separados; não são módulos do mesmo produto. Só um deve avançar após 14 dias.

TESTE MANUAL ANTES DE CONSTRUIR

Em 2 lojas, selecione 30 vendas consecutivas. Para metade, o vendedor apenas pede telefone como hoje; para metade, oferece no ato “te mando recibo + cuidados/garantia e aviso se chegar peça complementar”. Gere o cartão manualmente e registre tempo. Avança se: captura $\geq 80\%$ no tratado, pelo menos +25 pontos percentuais contra controle, ≤ 45 segundos por venda, zero reclamação de consentimento e $\geq 60\%$ dos clientes abre/responde. Se depender de digitar catálogo ou consultar ERP, pare.

RADAR DE NEGÓCIOS + SAAS + IA / OPORTUNIDADES

OPORTUNIDADES PARA MONTAR

A) “PÓS-COMPRA ÚTIL” — CADASTRO QUE O CLIENTE TEM MOTIVO PARA PEDIR

Cliente e dor observável. Ótica, joalheria, cosmético premium, decoração ou boutique física com 2-6 vendedores. A loja tem telefone de parte dos compradores, mas o vendedor pula cadastro; depois ninguém sabe item, data, preferência ou momento certo de retomar. Na Casa com coisas, cerca de 60% dos clientes têm contato e os vendedores frequentemente não cadastram.

Oferta em uma frase. “Cada compra vira, em menos de 45 segundos, um cartão no WhatsApp com recibo, cuidados/garantia e próxima utilidade; a loja ganha cadastro acionável sem pedir favor ao vendedor.”

Por que agora / evidência estrangeira. OnRamp mostrou que um artefato voltado ao cliente pode obter adesão mesmo com produto rudimentar; o cliente completa porque enxerga seu próprio progresso. Shopify/clienteling e loyalty provam a utilidade de ligar histórico e consentimento ao perfil, mas a hipótese local é anterior: o comprador aceita e o vendedor executa quando recebe valor imediato?

MVP manual/concierge solo. QR/Tally com telefone, primeiro nome, item/categoria e consentimento; template de cartão em PDF ou página leve; envio pelo WhatsApp Business; planilha com data, vendedor e próxima ação. Começar com 3 categorias e 3 templates, sem POS, estoque, API da Meta ou cashback. Jay configura em 90 minutos e audita diariamente 10 vendas.

Primeiros 10 clientes. Visitar 30 lojas em Três Rios/Rio; pedir para observar cinco vendas e comparar cadastro real com cupons. Oferecer piloto pago de 7 dias a R\$149. Priorizar quem já oferece garantia/cuidados e tem recompra ou indicação. Meta: 30 abordagens $\rightarrow$ 10 observações $\rightarrow$ 3 pilotos; usar resultado para indicações entre lojistas.

Preço e margem. Piloto R\$149/7 dias; depois R\$249-399/mês por loja, setup padronizado de R\$300 opcional. Margem bruta alvo 85% após automação; no concierge, limite de 15 min/dia/loja. Preço só se sustenta se o cadastro gerar uma campanha/follow-up mensurável, não apenas uma base maior.

Ferramentas mínimas. Tally/Google Forms, Sheets/Airtable, Canva/HTML e WhatsApp Business. Risco principal: baixa utilidade percebida, LGPD/consentimento e trabalho manual de item. Suporte provável: médio na primeira semana, baixo com três templates fixos.

Motivo para NÃO fazer. Se a loja exigir nota fiscal, garantia juridicamente vinculante, integração ao ERP ou template por SKU, o produto vira projeto. Também não fazer em categorias sem motivo real para pós-compra ou sem capacidade de usar a base depois.

Teste de 7 dias. 2 lojas, 30 vendas cada, metade controle. Sucesso: $\geq 80\%$ de cadastro no tratado; lift ≥ 25 p.p.; mediana ≤ 45 s; $\geq 60\%$ abre/responde; ≥ 1 follow-up útil por 10 clientes e ≤ 30 min/dia de Jay nas duas lojas no D7. Falhar em cadastro ou tempo = encerrar.

Baixo capital	Solo	Automação	Recorrência	Suporte baixo
9/10	9/10	8/10	8/10	8/10

B) “GO-LIVE EM 7 DIAS” — ONBOARDING PADRONIZADO PARA MICRO-SAAS B2B

Cliente e dor observável. SaaS brasileiro de 3-20 pessoas, ticket mensal R\$500-5.000, que fecha 5-30 contas/mês e ainda implanta por e-mail, WhatsApp e reunião. O sinal é contrato assinado que demora a ativar, fundador perseguindo documentos e cliente sem saber o próximo passo.

Oferta em uma frase. “Transformamos seu checklist existente em uma jornada única de 7 dias, cobramos pendências e mostramos qual cliente está travado — sem trocar seu CRM.”

Por que agora / evidência estrangeira. OnRamp conseguiu 15 pagantes a ~US\$100/mês com portal Bubble e hoje relata sete dígitos de ARR; o valor vem de acelerar ativação. A oportunidade local é deliberadamente menor e vertical: uma única jornada, sem plataforma horizontal ou projeto de Customer Success.

MVP solo. Um template em Softr/Notion/Tally por nicho; links e documentos; lembretes manuais; status diário e uma reunião de 20 min na largada. O cliente fornece processo pronto; Jay não desenha onboarding. Sem integração: CSV e e-mail/WhatsApp. Automatizar lembretes só depois de 20 jornadas repetidas.

Primeiros 10 clientes. 40 founders no LinkedIn/associações SaaS; pedir três onboardings recentes, dias até ativação e tarefas atrasadas. Vender piloto de R\$600 por 3 clientes finais. Buscar nicho único — software para clínicas, contabilidade ou varejo — e indicações do contador/agência do SaaS.

Preço/margem/ferramentas. Piloto R\$600; depois R\$800-1.500/mês até 20 onboardings, margem alvo 80%. Softr/Notion, Tally, Sheets e n8n. Risco: consultoria disfarçada e integrações. Suporte: médio/alto até o fluxo estabilizar.

Motivo para NÃO fazer / teste. Não fazer se cada cliente tem processo diferente ou exige CRM/assinatura. Teste de 14 dias com 3 SaaS $\times$ 3 onboardings: reduzir pendências vencidas $\geq 40\%$, $\geq 80\%$ conclui marco crítico em 7 dias e Jay gasta ≤ 20 min por onboarding. Sem dois pilotos pagos ou padrão comum, abandonar.

Baixo capital	Solo	Automação	Recorrência	Suporte baixo
8/10	7/10	8/10	9/10	6/10

RADAR DAS ENTREVISTAS

Valida. A Casa com coisas tem cadastro incompleto, mix mudando rápido, Grupo VIP que já vende e donas sem tempo. Isso favorece uma captura curta com utilidade imediata e rotina automática posterior; também reforça que mais um painel vazio não resolve. O problema observável é comportamento do vendedor, não ausência abstrata de CRM.

Refuta/alerta. Há só uma entrevista; 60% de contatos pode ser suficiente e o Zaal talvez já tenha os campos. Não sabemos quantas vendas ficam sem cadastro, se compradores aceitam receber algo, se a falta de follow-up causou perda ou se a margem paga R\$249/mês. Interesse em cashback e marketplace continua sendo opinião, não evidência de uso.

Duas perguntas para a próxima entrevista. 1) “Pegue os últimos 20 cupons: em quantos existe telefone + item comprado, quanto tempo levou e qual foi a desculpa concreta nos casos sem cadastro?” 2) “Mostra uma compra dos últimos 60 dias em que um recibo, cuidado, garantia ou aviso de peça complementar teria feito o cliente deixar o contato — e o que a loja teria feito depois?”

FEIRAS E EVENTOS — RIO/SP

CONSIDERAR — SUPER BOTS EXPERIENCE · 18-19 AGO · WTC EVENTS CENTER, SÃO PAULO

Status: presencial e inscrição ativa. Site oficial confirma WTC, dois dias e ingresso separado para 19/08; a página de venda consultada não expôs preço no texto, enquanto listagem pública recente mostra 3º lote de dois dias a R\$2.295 + taxas — confirmar no checkout. Decisão: considerar apenas o dia 19 ou com 4 reuniões. Objetivo: Cacau Show/Elife, TIM, Sem Parar e painel Visa/Mastercard/Cielo: pedir conversão, resolução, custo por conversa, taxa de handoff e implantação. Dia 18 tem Goomer no WhatsApp, mas pagar dois dias aumenta dispersão. [Link oficial](#).

CONSIDERAR — FEIRA DO EMPREENDEDOR SEBRAE-SP · 19-22 OUT · SÃO PAULO EXPO

Status: fonte oficial confirma 19-22/10/2026, São Paulo Expo e entrada 100% gratuita; a página está ativa, mas o FAQ ainda diz que inscrições abrem no 2º semestre — monitorar botão/abertura, não assumir vaga emitida. Decisão: considerar por um dia para pesquisa, não por conteúdo sofisticado. Objetivo: entrevistar 15 lojistas sobre cadastro pós-compra e 10 micro-SaaS sobre onboarding; levar dois cartões-demo e pedir dados passados, não opinião. Buscar expositores de varejo, vendas, CRM e automação. [Link oficial](#).

IGNORAR — FUTURECOM · 06-08 OUT · SÃO PAULO EXPO

Status: oficial confirma data, local e inscrição; preço público anterior era Day Pass R\$329 e exposição completa R\$605, mas não foi revalidado no checkout hoje. Decisão: ignorar nesta etapa: IA, cloud, segurança e telecom atraem fornecedores, não o lojista que precisa provar cadastro e follow-up. Só reavaliar se o teste exigir BSP/API e houver 8 reuniões pré-marcadas. Objetivo se reabrir: custo mínimo, opt-in, templates, suporte e tempo de integração de WhatsApp. [Link oficial](#).

IA & HERMES

USAR AGORA, SEM CONFIGURAR — GPT-5.6 SOL FICOU MAIS FOCADO NO CHAT

OpenAI atualizou em 06/08 o Sol de ChatGPT Plus/Pro para respostas mais diretas e fatos mais confiáveis; em avaliação interna com prompts financeiros, médicos e jurídicos, respostas com ao menos um erro factual foram 68% menos frequentes que GPT-5.5 Instant. Limite: a própria OpenAI diz que a versão de Work/Codex não mudou. Como este job roda GPT-5.6 Sol via Codex, não há ganho comprovado aqui nem ação de configuração. Usar o comportamento novo no Chat; manter checagem de fontes no briefing.

TESTAR — QWEN3.8-MAX EM TRÊS TAREFAS LONGAS, NÃO TROCAR O SOL

Qwen lançou em 03/08 o Max de 2,4T parâmetros/95B ativos, API QwenCloud e promessa de pesos abertos na semana seguinte. A empresa mostra execuções autônomas de 5-16 dias e diz ter treinado generalização em harnesses incluindo Hermes; são demonstrações do fornecedor. Decisão: testar somente caso haja acesso já existente: um briefing, uma correção de código e um lote de 100 documentos, medindo artefato válido, custo e intervenção. Sol segue baseline; não alterar Hermes. Esperar pesos e licença antes de considerar self-hosting.

ESPERAR — HERMES v0.20.0; HÁ RELATO NOVO DE VAZAMENTO DE DESCRITORES

A máquina do Jay está em v0.19.0 (checagem local hoje); GitHub mantém v0.20.0 de 03/08 como latest. Um issue aberto em 07/08 relata EMFILE em sessões longas com múltiplos fallbacks; outro relata perda de pacotes Hindsight em atualização git. São relatos ainda não confirmados como regressão geral, mas afetam gateway/cron durável. Decisão: esperar patch ou testar em perfil/cópia isolada; não atualizar o ambiente principal. Framework e Sol são camadas diferentes.

3 AÇÕES PARA O JAY

1. Hoje — observar antes de oferecer. Escolher 2 lojas e registrar 30 vendas consecutivas: cadastro completo, segundos gastos, vendedor e motivo real de falha. Sem baseline, “80% de captura” não significa nada.
2. Em 48h — rodar o cartão pós-compra. Criar 3 templates fixos, alternar 15 vendas controle/15 tratadas por loja e cobrar R\$149 pelo piloto. Não integrar Zaal, estoque ou WhatsApp API. Encerrar se não atingir 80% ou ≤ 45 s.
3. Até 10/08 — decidir Super Bots com regra binária. Cotar ingresso só de 19/08 e pedir 4 conversas com Cacau Show/Elife, TIM, Sem Parar e um provedor. Sem quatro confirmações ou preço aceitável, não ir; usar a agenda como lista de contatos remotos.

FONTES

SaaS Club — entrevista Paul Holder/origem/MVP · OnRamp — produto e casos · OnRamp/PR Newswire — US\$14,2M e tração · OnRamp pricing.
Super Bots oficial · Feira do Empreendedor oficial · Futurecom oficial · OpenAI — atualização Sol, 06/08 · Qwen3.8-Max oficial · Hermes releases · issue EMFILE.
Acesso em 07/08/2026; métricas de fornecedores foram rotuladas.