

RADAR DE NEGÓCIOS + SAAS + IA

10 de agosto de 2026 • 09h BRT • leitura estimada: 18 minutos

VISÃO RÁPIDA

- O padrão mais copiável hoje é a cunha estreita. BiteSpeed e SuperLemon entraram por uma ação única em WhatsApp/Shopify; só depois viraram CRM, automação e inbox. Construir a suíte primeiro inverteria a causalidade.
- Distribuição veio embutida no produto. App Store, busca por “WhatsApp” e reviews trouxeram demanda. No Brasil, isso sugere testar uma plataforma dominante, mas a dependência de regras, dados e billing reduz o valor defensável.
- A oportunidade mais disciplinada: recuperar conversas de compra que morreram no WhatsApp, com três estados e coorte controle. Sem catálogo, chatbot, cashback, checkout ou integração no piloto.
- Agenda: D2C Summit agora anuncia 25% de desconto no Standard; Super Bots começa em oito dias. O primeiro tem melhor densidade de lojistas; o segundo só paga a viagem com reuniões marcadas.

CASOS QUE DERAM CERTO LÁ FORA

1) BiteSpeed — um app de mensageria virou sistema de receita para e-commerce

Índia • Vinayak Aggarwal • 2019. Ainda estudante de engenharia de manufatura no BITS Pilani, Aggarwal viu WhatsApp Business e chatbots sendo usados para suporte e confirmação, mas pouco para marketing e venda. O primeiro produto não foi um “Customer OS”: foi uma automação de marketing para mensageria lançada na Shopify App Store. Segundo entrevista ao YourStory, obteve milhares de instalações e mais de 100 reviews no primeiro mês. A listagem oficial registra lançamento em 07/10/2019.

MVP, primeiros clientes e aquisição. O app se apoiou em uma superfície já distribuída: lojistas procuravam solução dentro da Shopify, instalavam sem projeto de integração e deixavam reviews. O primeiro nicho, portanto, era delimitado por plataforma — e-commerce Shopify — e por ação — conversa/recuperação via mensageria. Não encontrei evidência pública confiável sobre os nomes ou a abordagem individual dos dez primeiros clientes; não vou preencher essa lacuna com narrativa inventada.

Evolução. Começou só em WhatsApp e, em 2022, ampliou para uma camada unificada. Hoje reúne WhatsApp, Instagram, e-mail, SMS, voz, segmentação, carrinho abandonado, suporte e agentes. A dor econômica é atribuição: quando cada canal reivindica a venda, o lojista não sabe o que realmente funcionou. O site oficial declara 6.000+ marcas em 50+ países, 300+ avaliações cinco estrelas e 100+ integrações.

Modelo e preço. Receita híbrida: assinatura SaaS + consumo de WhatsApp/e-mail/SMS/voz. O fundador disse ao YourStory que clientes menores pagam algumas centenas de dólares por mês e os maiores, milhares; o site atual manda pedir demo e não exibe tabela. Não usar preços de comparadores como se fossem oficiais.

Capital e tração declarada. Foram US\$ 5,6 milhões em três rodadas: US\$275 mil seed (2020), US\$1,9 milhão seed (2022) e US\$3,5 milhões pre-Series A (2024). A empresa declara aproximadamente US\$1 bilhão em GMV processado, US\$200–250 milhões em vendas anuais “diretamente geradas”, crescimento de 40–50% e caminho para US\$10 milhões ARR; equipe foi de 25 para quase 100. São números atribuídos ao fundador, não auditoria. Rodada não é valuation.

Vantagem real versus marketing. A vantagem é contexto transacional + distribuição em canal já usado + atribuição de receita. A promessa de “AI-native OS” é posicionamento; o trabalho difícil está nas integrações, consentimento, templates, entregabilidade, dados e suporte. A própria página lista 100+ integrações — exatamente o tipo de complexidade que Jay deve penalizar.

CASOS QUE DERAM CERTO LÁ FORA — CONTINUAÇÃO

2) SuperLemon → DelightChat — dois fundadores, uma busca e uma dor descoberta no suporte

Índia • Preetam Nath e Sankalp Jonna • 2019. Nath já havia operado uma loja de dropshipping de cerca de US\$500/mês e conhecia e-commerce. Um amigo com app Shopify lucrativo mostrou que a App Store podia ser o canal. Os fundadores mapearam categorias, autocomplete, reviews recentes, notas ruins e preços dos concorrentes. A regra de escopo era explícita: MVP em duas semanas e produto completo inicial em dois meses.

Primeiro produto. “WhatsApp Chat Button”, depois SuperLemon, foi lançado em 24/04/2019. V1 fazia uma coisa: adicionava à loja um botão para iniciar conversa no WhatsApp. Era grátis; configuração vinha preenchida e o lojista só informava o telefone. Em 40 dias havia 2.000+ lojas ativas, conversas com 100+ lojistas, 100+ reviews, liderança na busca “WhatsApp” e destaque editorial da Shopify. V3, em 03/06, introduziu plano pago sem retirar o básico gratuito.

Como venderam no início. Não foi outbound clássico. O funil era busca na App Store → instalação grátis → atendimento excepcional → review → melhor ranking → novas instalações. Os dois conversavam por horas com lojistas de vários países, inclusive Brasil, e transformavam pedidos recorrentes em features. Um formulário dentro do painel permitia votar na próxima função. É um canal poderoso, mas nada passivo: review e ranking foram comprados com suporte intensivo.

Tração, capital e equipe. Em 14 meses, entrevista dos fundadores reportou 20 mil+ usuários e US\$25–30 mil MRR, sem venture capital, com equipe de duas pessoas e um único engenheiro. A página atual da DelightChat declara 1.000+ marcas Shopify, nota 4,9 e 200+ reviews. Preço oficial atual: US\$29, US\$99 ou US\$299/mês + tarifas WhatsApp, teste de 14 dias; anual com 30% off. O plano inclui onboarding individual, sinal de que a operação já não é puramente self-service.

Como nasceu DelightChat. Ao atender SuperLemon, os fundadores recebiam dezenas de dúvidas por dia e ouviam lojistas reclamarem que suporte omnichannel era caro ou inadequado ao e-commerce. A dor surgiu

de comportamento observado e da própria operação, não de brainstorming. DelightChat ampliou para inbox, Instagram, Facebook, e-mail, live chat, recuperação de carrinho, winback, catálogo e automações. Por que funcionou — e o alerta. Mercado com intenção explícita, onboarding mínimo, freemium protegendo aquisição e loops de review. Porém, a expansão adicionou Meta, Shopify, múltiplos canais, volume de tickets e onboarding humano. Replicar o produto atual exigiria suporte e integrações; replicar a entrada estreita é plausível.

O QUE É COPIÁVEL NO BRASIL

- Copiar: começar pela ação comercial mais buscada; configuração em minutos; medir venda, não abertura; usar feedback dentro do fluxo; manter um nicho definido pelo canal e pela dor.
- Não copiar: “Customer OS”, inbox omnichannel, voz, catálogo, logística, 100 integrações e onboarding personalizado. BiteSpeed tem quase 100 pessoas; DelightChat oferece chamada 1:1. Isso não é a operação solo que Jay procura.
- Tropicalização: Shopify foi o distribuidor nos dois casos. No Brasil, Nuvemshop/Shopify podem ser campo de teste, mas não fundamento exclusivo. Exportar contatos, eventos e resultados reduz risco de banimento, mudança de API e comissão.
- O que a comparação realmente prova: SuperLemon alcançou distribuição e receita com uma interface mínima, mas comprou reputação com horas de suporte dos fundadores. BiteSpeed transformou contexto e atribuição em ticket maior, mas precisou de capital, quase 100 pessoas e ampla camada de integrações. Portanto, “instalação simples” é copiável; “crescimento sem operação” não está provado em nenhum dos dois casos.
- Barreira defensável possível: não é o gerador de mensagens — modelos e templates tornam isso commodity. É o conjunto consentido de eventos de intenção, próxima ação executada e venda/margem confirmada. Mesmo assim, esse ativo só existe se a equipe registrar o desfecho; sem adesão operacional, o suposto dado proprietário vira uma planilha vazia.

OPORTUNIDADES PARA MONTAR

Retomada de conversa perdida — follow-up mensurável para lojas WhatsApp-first

Cliente específico e dor observável: loja online ou física com 20+ conversas comerciais por dia, 1-3 vendedores e venda fechada no WhatsApp. Pergunta verificável: quantas conversas com item/preço enviado ficaram sem resposta nas últimas 48 horas, e quantas receberam novo contato? A entrevista Casa com coisas mostra resposta em 1-2 horas, ausência fora do expediente e cadastro incompleto, mas ainda não quantifica abandono.

Oferta em uma frase: “todo dia entregamos uma fila de até cinco conversas que merecem retomada, mensagem sugerida e receita recuperada — sem trocar seu WhatsApp”. Por que agora: BiteSpeed e SuperLemon provaram que mensageria pode ser canal de receita; o espaço enxuto é a ação não executada, não mais um CRM.

MVP manual/concierge para uma pessoa: a vendedora encaminha ou registra apenas cliente, item, data e estágio em formulário de 20 segundos; Jay devolve fila D+1/D+3 com mensagem curta e marca tratado/controle. Resultado: respondeu, comprou, receita, margem e minutos humanos. Sem ler inbox inteira, API, IA autônoma ou catálogo.

Primeiros 10 clientes: recrutar 30 lojas Instagram-first de decoração, moda, ótica ou presentes; auditar 10 conversas recentes; oferecer piloto pago a quem mostrar ≥ 5 abandonos reais/semana. Fechar 10 via associação comercial, indicação de arquitetos/vendedores e abordagem presencial. Um nicho por vez; começar por decoração/presentes para aproveitar a entrevista existente.

Preço e margem: R\$190 pelo piloto de 14 dias; depois R\$349/mês por loja, até dois usuários e 100 retomadas; mensagens oficiais/API, se houver, à parte. Margem bruta alvo 80% depois da automação; no concierge, teto operacional de 30 min/loja/semana. Ferramentas mínimas: formulário, planilha, WhatsApp Business e dashboard de uma página. Zero integração obrigatória.

Risco principal: vendedor não registrar — o produto vira cobrança gerencial. Suporte provável: médio no começo por mudança de hábito; só cai se o registro couber em 20 segundos e a fila gerar venda. Motivo para NÃO fazer: se recuperar receita exigir ler todas as conversas, criar texto sob medida ou integrar múltiplos ERPs, vira BPO/consultoria disfarçada.

Teste de 14 dias: 3 lojas; em cada uma, selecionar 30 conversas elegíveis e sortear 15 tratadas/15 controle. Sucesso se registro $\geq 80\%$, contato executado $\geq 80\%$, pelo menos 6 vendas incrementais no total, margem incremental $\geq 3\times$ o custo do piloto e operação ≤ 30 min/loja/semana. Se houver resposta sem venda ou venda sem margem, não contar como sucesso.

Caminho de automação, somente após o teste: primeiro automatizar a fila e o relatório a partir do formulário; depois, lembrete de execução e modelos por motivo de abandono. API do WhatsApp só entra quando cinco clientes pagantes repetirem a rotina por quatro semanas. Não automatizar envio antes de provar consentimento, qualidade da seleção e risco de mensagem inconveniente.

Placar (0-10): baixo capital 10 · solo 9 · automação 8 · recorrência 8 · suporte baixo 6

Por que só uma proposta hoje: as alternativas encontradas (inbox omnichannel, catálogo dinâmico e agente de atendimento) repetem a tese com mais integrações e suporte. Não são melhores que aprofundar a cunha de follow-up.

RADAR DAS ENTREVISTAS

Valida: pouco tempo das sócias, vendedores que deixam de cadastrar, Grupo VIP que vende e WhatsApp sem cobertura fora do horário apontam falha de rotina, não falta de canal. A fila diária reduz escopo e testa valor antes de software.

Refuta/fragiliza: ainda não há contagem de conversas abandonadas, follow-ups, vendas recuperadas ou perda de margem. Interesse em cashback e loja online é opinião sobre solução; não prova necessidade. Mix

que muda 80% em dois meses torna catálogo integrado uma aposta de manutenção alta.

Duas perguntas para a próxima entrevista:

1. “Abra as últimas 15 conversas em que vocês enviaram preço ou foto e o cliente não respondeu: em quantas alguém retomou, depois de quanto tempo e quantas viraram venda?”
2. “Na última semana, qual venda vocês sabem que perderam por demora ou falta de follow-up? O que foi pedido, qual margem aproximada e o que vocês fizeram depois?”

FEIRAS E EVENTOS — RIO/SP

IR • D2C Summit — 30/09-01/10 • Distrito Anhembi, São Paulo

Inscrição oficial aberta. Standard R\$549; a página agora anuncia 25% off no Standard (checkout deve confirmar o valor final). VIP R\$1.319; Backstage R\$5.999. Agenda inclui agente para WhatsApp/Instagram, redução de mídia paga, conversão e comunidade. Objetivo: 15 entrevistas com marcas D2C sobre conversa abandonada e recompra. Buscar lojistas Nuvemshop/Shopify e fornecedores de mensageria; ignorar palco motivacional. [Site oficial](#)

CONSIDERAR • Super Bots Experience — 18-19/08 • WTC Events Center, São Paulo

Começa em oito dias. Inscrição oficial ativa na Sympla; preço não aparece no HTML oficial consultado. O dia 19 é dedicado a agentes de IA; agenda pública cita Cacau Show, TIM, Sem Parar e comércio agêntico. Só ir com quatro reuniões confirmadas ou ingresso de um dia a custo aceitável. Perguntar resolução sem humano, venda atribuída, handoff e custo total por conversa. [Fonte oficial](#)

CONSIDERAR • Feira do Empreendedor Sebrae-SP — 19-22/10 • São Paulo Expo

Site oficial confirma 15ª edição e entrada 100% gratuita; ainda não há botão claro de credenciamento geral na página extraída. Monitorar e ir um dia quando abrir. Meta: 25 entrevistas com pequenos varejistas e negócios online, pedindo evidência de abandono/follow-up. [Site oficial](#). Rio: não localizei hoje evento futuro aderente, presencial e com inscrição oficial aberta; não recomendo evento encerrado.

IA & HERMES

- Grok Imagine Image 2.0 — ESPERAR. xAI anunciou em 07/08 geração/edição com templates para product shots, mas a própria página diz que API “coming soon”. Pode ser útil para criativos de varejo, porém não substitui GPT-5.6 Sol — é outra modalidade — e não entra no fluxo automatizado agora.
- Hermes v0.20.0 — ESPERAR no principal. Continua a release oficial mais recente (03/08); VPS segue em v0.19.0. Em 09/08 surgiram relatos de regressão de imagem no openai-codex e problemas de sessão/desktop. São issues de comunidade, não confirmação de incidente geral, mas reforçam teste isolado. Nenhuma configuração foi alterada.
- GPT-5.6 Sol — USAR AGORA. Nenhum anúncio oficial novo de OpenAI, Anthropic, Google, Kimi, Qwen ou DeepSeek desde ontem mostrou ganho prático superior neste job. Manter Sol como baseline e exigir benchmark próprio antes de troca.

3 AÇÕES PARA O JAY

1. Hoje: quantificar antes de construir. Pedir a 3 lojas acesso guiado às últimas 15 conversas com preço/foto enviados; registrar abandono, retomada, venda e margem. Encerrar a hipótese se não aparecerem ≥5 abandonos elegíveis por loja/semana.
2. Amanhã: vender um piloto de R\$190. Sortear 15 conversas tratadas e 15 controle por loja por 14 dias. Não prometer IA, CRM ou catálogo; prometer fila, mensagem e receita recuperada. Cobrança precoce elimina elogio sem compromisso.
3. Eventos: comprar só contra agenda. Confirmar no checkout o 25% off do D2C Standard e listar 15 marcas-alvo; pedir preço do dia 19 do Super Bots e exigir quatro reuniões. Sem agenda, não ir.

FONTES

- YourStory — BiteSpeed: origem, funding e tração (29/01/2026)
- BiteSpeed — produto, clientes, integrações e cases oficiais
- Shopify App Store — BiteSpeed, data de lançamento
- Preetam Nath — SuperLemon: 2.000 usuários em 40 dias
- DelightChat — história oficial
- DelightChat — preços oficiais
- Hexdevs — entrevista: US\$25-30k MRR, 20k usuários, bootstrap
- D2C Summit — agenda, local e ingressos
- Mobile Time — Super Bots 2026 e inscrição
- Feira do Empreendedor Sebrae-SP — datas e gratuidade
- xAI — Imagine Image 2.0
- Hermes — releases oficiais

Critério editorial: métricas corporativas foram atribuídas e rodada não foi tratada como valuation. Links e vigência dos eventos foram checados em 10/08/2026; bloqueio anti-bot do YourStory no curl foi compensado por extração íntegra e fonte secundária, sem inventar lacunas.