

EDITORIAL

Autenticidade é meio para conexão real com o público

Para quem empreende, entender o público e ter autoconhecimento são pontos-chave, especialmente na hora de se comunicar. E, convenhamos, tudo é comunicação: a escolha do cardápio, os quadros que decoram as paredes do espaço, a fonte usada no flyer impresso, a edição do vídeo das redes sociais. Tudo está comunicando e construindo a história daquela marca. E, nesse cenário, surgem as tendências. Se, antes, tínhamos uma tendência por ano, por mês, hoje as trends surgem e ficam velhas na mesma velocidade. A rapidez com que isso acontece exige do empreendedor lucidez sobre a forma como quer comunicar o seu negócio.

Esse foi o papo do episódio desta semana do Pitch Stop — e alguns insights estão disponíveis aqui ao lado. A conversa com Clau Ferreira e Álvaro Porepp, empreendedores convidados, despertou muitos insights, pois, hoje, decidir o que fazer e quais trends ficarão de fora são escolhas importantes e que fazem parte do dia a dia de quem empreende.

É preciso entender o poder da comunicação. Até escolher não fazer é, também, comunicar alguma mensagem. Em tempos em que somos bombardeados por informações, passamos horas scrollando e perdemos de vista quantos vídeos assistimos em um dia, ter um conteúdo genuíno e conectado com o público é fundamental para construir uma relação longa e autêntica. Para ampliar o debate, convido para conferirem o episódio disponível no YouTube e Spotify.

ISADORA JACOBY
@isajacoby

PITCH STOP

Vale a pena entrar na trend? Pitch Stop debate presença nas redes sociais

Sempre vale a pena entrar na trend? Essa é uma pergunta que passou a fazer parte da rotina de quem empreende. Isso porque a presença de um negócio nas redes sociais já não é mais uma escolha: as redes sociais operam como um grande catálogo e têm um papel forte no poder de decisão dos consumidores.

Mas com o surgimento diário de novas trends, como saber em qual delas vale a pena embarcar, preservando a essência do negócio e captando novos públicos? Para responder esses questionamentos, Isadora Jacoby recebeu no quarto episódio do Pitch Stop os empreendedores Clau Ferreira, sócio da cafeteria UaiWhy, e o Álvaro Porepp, da Casa de Pelotas.

Os convidados comparilharam experiências sobre o impacto da viralização, a importância do storytelling autêntico e a necessidade de filtrar tendências de acordo com a identidade de cada marca.

Confira os principais insights do episódio:

1. Humanização da marca e exposição dos fundadores: colocar os rostos dos donos à frente da comunicação aproxima o público e fortalece

a credibilidade do negócio. Álvaro explicou que mostrar o dia a dia e manter um canal direto (respondendo pessoalmente às DMs) permite transformar críticas em oportunidades de melhoria. Já Clau destacou que essa presença dos fundadores atrela o CPF ao CNPJ, o que gera confiança e auxilia até na contenção de danos em momentos de crise.

2. Filtro de trends e foco em storytelling: os empreendedores defenderam que nem toda tendência de rede social deve ser adotada sem análise.

Seguir qualquer modismo sem critério faz a empresa perder o diferencial em meio a tantos outros conteúdos. Em vez disso, eles priorizam a autenticidade e o storytelling — contando as histórias por trás das receitas, mostrando bastidores e discutindo empreendedorismo com a sua linguagem —, buscando criar identificação real com o cliente em vez de perseguir métricas rasas de alcance. A diretriz compartilhada é: na dúvida sobre a relevância de uma trend, é melhor não publicar.

3. Preparo operacional para o pós-viral e conexão offline: A produção de conteúdo gera reflexos diretos na operação física da empresa. Clau compartilhou o aprendizado do UaiWhy ao viralizar pela primeira vez, quando a demanda esgotou o estoque do mês em dias e exigiu ajustes rápidos no atendimento. Para Álvaro e Clau, a métrica mais valiosa não é o engajamento numérico, mas sim quando o conteúdo digital se converte em conversas no balcão e relacionamentos duradouros no ambiente físico.



SARAH OLIVEIRA/ESPECIAL/JC



Álvaro Porepp

"Se esse post gerou assunto comigo na loja, alguém comentou sobre ele, então ele é sucesso."



Clau Ferreira

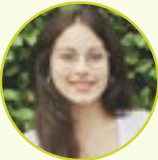
"Se você segue a trend, você vai ser mais um na boiada. Dá para brincar na trend, mas sem perder a personalidade."



ISADORA JACOBY
Editora-assistente
@isajacoby



JÚLIA FERNANDES
Repórter
@eujuliafernandes



MANUELA CASSANO
Estagiária
@manu.cassano



GUSTAVO MARCHANT
Estagiário
@marchxnt

Editor-chefe:
Guilherme Kolling

Projeto gráfico:
Luís Gustavo
Van Ondheusden