

1. CONTEXTO E PROBLEMA IDENTIFICADO

Uma empresa atua vendendo dados de seus clientes (ex.: consumidores que já realizaram cadastros ou interações) para restaurantes e lojas de alimentação. O desafio enfrentado é que, apesar de fornecer dados, a empresa não consegue mensurar quantos novos clientes efetivamente foram gerados para os estabelecimentos compradores. Isso reduz o valor percebido do serviço e gera desconfiança sobre o retorno do investimento (ROI).

2. PROPOSTA DE SOLUÇÃO

A solução proposta é a criação de uma plataforma de acompanhamento de performance, onde dashboards irão ser apresentados para os clientes (restaurantes), onde eles podem ter uma visão de pedidos que irão ser feitos e de clientes novos.

Funcionalidades-chave

Identificação de novos clientes: cruzamento dos dados da base vendida com os cadastros/consumos realizados nas lojas parceiras;

Métricas de conversão: relatórios mensais de quantos clientes novos foram adquiridos;

ROI em tempo real: valor investido versus faturamento adicional gerado;

Dashboard personalizado: dados acessíveis em tempo real pelos restaurantes/lojas;

Com isso, a empresa deixa de ser apenas um fornecedor de leads e passa a ser um parceiro estratégico para crescimento de vendas.

3. MERCADO E OPORTUNIDADE

Mercado de Food Service no Brasil:

O setor de alimentação fora do lar movimentou aproximadamente R\$ 570 bilhões em 2023 (ABIA/ABF). Existem mais de 1 milhão de estabelecimentos de alimentação no país, entre restaurantes, bares, padarias e lanchonetes. O mercado cresce em média 6% ao ano, impulsionado por delivery e digitalização.

Mercado de Dados e CRM:

O setor de big data e analytics movimenta US\$ 6 bilhões no Brasil (2024). Estima-se que mais de 60% das PMEs não têm estrutura de CRM ou análise de clientes, sendo um público-alvo claro para soluções simples de mensuração de ROI.

Oportunidade:

Se considerarmos apenas 10% dos restaurantes no Brasil como potenciais clientes da solução (100 mil estabelecimentos), e um ticket médio mensal de R\$ 500 pela assinatura do serviço: $100.000 \times R\$ 500 = R\$ 50$ milhões/mês. Ou seja, R\$ 600 milhões/ano de mercado potencial.

4. DIFERENCIAL COMPETITIVO

Transparência: mostrar ao cliente o impacto real dos dados comprados;

Mensuração do ROI: métrica clara e objetiva que dá segurança ao investimento;

Escalabilidade: plataforma digital, aplicável em diferentes segmentos (lojas, academias, farmácias etc.).

5. CONCLUSÃO

A oportunidade está na transformação de uma simples venda de dados em um ecossistema de geração e mensuração de novos clientes. Esse diferencial aumenta a fidelização dos estabelecimentos e cria espaço para expansão em larga escala, tanto no setor alimentício quanto em outros mercados de varejo.