

Título do Trabalho: GROWTH HACKING: ESTRATÉGIA PARA ALAVANCAR RESULTADOS DE STARTUPS E PEQUENOS NEGÓCIOS

Beatriz Carvalho Coelho; Amanda Duarte Meneghini do Carmo; Agatha Silva; Brandon Aguiar; Breno Luiz Fialho dos Santos; Fabrício de Sousa Ribeiro; Guilherme Camilo Alencar; Guilherme Leite de Castro; Julia Fonseca; Jullia Kathelyn dos Santos Correia; Kauã dos Santos; Jessica Souza; Katerine Linda Witkoski; Mashara Arambasic; Matheus de Oliveira Costa; Matheus Rodrigues da Silva; Naila Esteves Galera; Nathalie Mori Taylor Zampieri; Vinicius Soares Ribeiro; Msc. Renato Alonso Mian (orientador).



Universidade Anhembi Morumbi
Business Lab, Squad Growth Hacker, campus Paulista
E-mail: ramian29@hotmail.com

Introdução

Segundo o IBGE, 6 a cada 10 empresas fecham as portas no primeiro ano de operação, ou seja, apenas 40% permanecem com suas atividades até o quinto ano de operação. As startups têm diversos obstáculos para enfrentar e superar para se manterem no mercado, segundo a revista Exame, esses desafios são: impostos altos, validação do produto e serviços, identificação do mercado-alvo, dificuldade para definir um modelo de negócio, construção de times inovadores e acesso à informação e métodos comprovados. Seguindo essa lógica, as startups, sendo empresas novas no mercado, cujo modelo de negócio é repetível e escalável, é um negócio que consegue entregar o mesmo serviço ilimitadamente, em escala e diz respeito às organizações que crescem rapidamente. Startup tem a necessidade de um método confiável e eficaz, por isso a metodologia Growth Hacking pode ajudá-las a crescerem rapidamente, de maneira contínua e inovadora, já que é um método de marketing em que usa a criatividade e métricas sociais para vender produtos e evoluir no mercado. De acordo com Salvador (2015), ocorreu uma transformação significativa no papel do marketing em um ambiente caracterizado por sua volatilidade, rapidez e complexidade. Com o avanço da tecnologia da informação foi possível também explorar as estratégias de marketing online.

Esse contexto exigiu o surgimento de uma função específica e a formação de profissionais, especialmente em empresas de tecnologia emergentes, com o propósito de impulsionar o crescimento acelerado das organizações. Foi dentro desse cenário que se destacou o conceito de "growth hacking". A palavra growth vem da língua inglesa e significa "crescimento", enquanto hacking não apresenta uma tradução literal, mas entende-se como o ato de cortar caminho, explorar brechas, encontrar oportunidades. Segundo a E-Revista, Growth Hacking pode-se definir como uma metodologia baseada em experimentos voltados para o crescimento de uma empresa unindo conceitos de marketing e criatividade.

Objetivos

A estratégia de Growth Hacking se baseia em encontrar e implementar táticas de crescimento rápido e escalável para empresas.

O objetivo principal deste estudo é evidenciar situações práticas que estão em andamento, em fase de implementação ou que passaram por validações e testes com respostas positivas, sinalizando expectativas promissoras, como referência para pequenas empresas ou Startups. Além de adquirir e engajar usuários, aumentar a receita e expandir o negócio de forma eficiente.

Metodologia

A escolha da metodologia de pesquisa Estudo de Caso pode ser definida pelo caráter exploratório, Yin (2001, p.32) enfatiza que a estratégia mais escolhida quando é preciso responder a questões do tipo "como" e "porque" e quando o pesquisador possui pouco controle sobre os eventos pesquisados.

O estudo de caso foi realizado a partir do levantamento de dados qualitativos e quantitativos disponíveis no mercado e na Internet, território na qual a empresa-alvo dos estudos atua. Por uma questão de sigilo, o nome da empresa não será exposto. Adicionalmente foram realizadas análises dos concorrentes e avaliação da jornada dos usuários, por diversas vezes foram executados testes gratuitos ou experimentos, pelos próprios estudantes e pesquisadores.

Quando os estudos foram iniciados, o maior problema enfrentado pela empresa era o de ampliar o número de interessados (prospects) e transformá-los em potenciais clientes (leads), aumentando seu horizonte de atendimentos e consequentemente o faturamento.

Resultados

A partir da colaboração entre a empresa e estudantes, foi possível transformar desafios em soluções inovadoras, que não apenas resolve problemas, mas também geram hipóteses de evolução contínua à medida que acompanha as mudanças no mercado e as novas técnicas dos concorrentes. Esse progresso foi impulsionado pelo monitoramento de mercado e competições universitárias, que conciliados, apresentou melhorias no MVP.

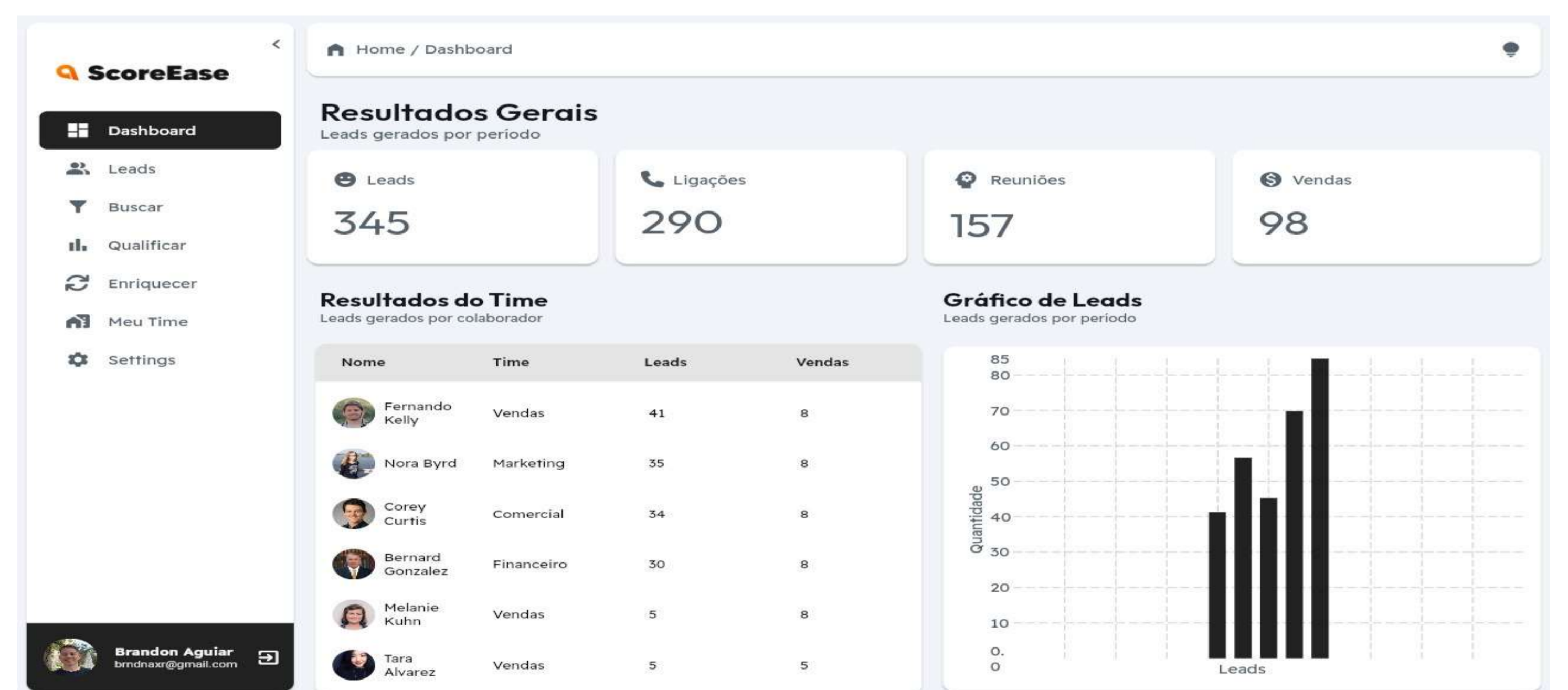
Pesquisa adicional revelou os motivos que levaram os donos de empresas a implementarem estratégias de marketing digital em Startups: conquistar clientes e o custo benefício são destaques dessa motivação. Estratégias de *Growth Hacking* e métodos ágeis e mensuráveis são fundamentais para esse crescimento exponencial e veloz. A plataforma ScoreEase oferece acesso a clientes potenciais, respeitando a Lei de Proteção de Dados.

Tabela 1 - Análise da Concorrência

	ScoreEase	SPEEDIO	leads ^{2b}	econodata	ReclameAQUI	Recota Federal
ScoreEase	★★★★★	✓	✓	✓	✓	✓
SPEEDIO	★★★★★	✗	✗	✓	✓	✓
leads ^{2b}	★★★★★	✗	✗	✗	✓	✓
econodata	★★★	✗	✗	✗	✓	✓

Fonte: Elaborado pelos autores

MVP - Plataforma ScoreEase



Fonte: Elaborado pelos autores

Conclusões

Enquanto empresas realizam testes com a plataforma ScoreEase e os alunos desenvolvem versões mais atualizadas, o uso da metodologia e estratégia *growth hacking* se consolida, na busca por gerar clientes e vendas recorrentes e previsíveis.

Com isso, conclui-se que, o estudo realizado foi importante para abranger o conhecimento e viabilizar a aplicação da metodologia *Growth Hacking*, método eficaz que beneficia diversas empresas, especialmente *Startups*, a fim de obter resultados mais consistentes e crescimento exponencial. Vale ressaltar que, novas pesquisas continuam sendo desenvolvidas para estabelecer valores a serem cobrados, modalidades de pagamentos, rentabilidade, produtos e serviços adicionais, além de outros recursos tecnológicos necessários para garantir a fluidez das atividades de forma independente. O projeto caminha para o lançamento no mercado.

Bibliografia

LOWCOST - Aluguel de Notebooks, Celulares e Impressoras. Disponível em: <https://www.lowcost.com.br/>. Acesso em 12 out.2023

NELSON, M. **Growth Hacking Fundamentals: Real-world Uses Of Growth Hacking To Quickly Expand Your Customer Base**. 2016. 97 p.

MICELI, André Lima-Cardoso; SALVADOR, O. Daniel. **Planejamento do Marketing Digital**, 2.ed. São Paulo: Brasport, 2017. 340p.

VEJA, 2019. Seis em cada dez empresas fecham em cinco anos de atividade, aponta IBGE. Acesso em 22 out.2023 Vista do Marketing para Startups: Um Estudo Sobre As Estratégias De Marketing Digital Utilizadas Pelas Startups Participantes da Campus Party. ([s.d.]). Disponível em: <https://estacio.periodicoscientificos.com.br/index.php/erevistafacitec/article/view/1819/1455>. Acesso em 18 out.2023

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Bookman, 2017. 320 p.