Negócio em dIA

GUIA PRÁTICO DE IA

para o Pequeno e Médio Empreendedor

4 pilares para usar de verdade no seu negócio

Presença Digital | Marketing | Finanças | Gestão

REALIZAÇÃO

Google SEBRAE itaú Tera

COMUNIDADE BY

blip

A IA já chegou ao pequeno negócio — a questão é como usar

Nos últimos dois anos, a inteligência artificial deixou de ser assunto de empresa grande e virou ferramenta do cotidiano. Hoje, um empreendedor que tem um salão de beleza, uma lanchonete, uma loja de roupas ou uma oficina pode usar IA para tarefas que antes tomavam horas — ou que simplesmente não eram feitas.

Mas existe uma diferença importante entre usar IA e usar IA bem. Quem abre o Gemini e escreve "me ajuda com meu negócio" recebe conselhos genéricos que qualquer livro de administração já teria dado. Quem sabe fazer a pergunta certa, com o contexto certo e os dados certos, recebe uma resposta que muda a gestão.

A chave não está em dominar a tecnologia. Está em saber o que você precisa antes de abrir o chat. Um empreendedor que sabe exatamente qual problema quer resolver — "preciso calcular a margem do meu produto principal" ou "quero criar um calendário de conteúdo para o mês" — tira muito mais proveito da ferramenta do que aquele que entra sem direção.

Este guia existe para mostrar como atravessar essa diferença. Ele cobre quatro áreas onde a IA pode ter impacto imediato em um pequeno ou médio negócio — e apresenta o caminho para aprofundar cada uma delas através dos cursos do programa Negócio em dIA.

O que você vai encontrar neste guia:

Módulo	Tema	O que você vai aprender
01	Presença Digital com IA	Como o Google encontra e recomenda o seu negócio.
02	Marketing com IA	Como criar conteúdo, capturar clientes e gerar caixa.
03	Finanças com IA	Como organizar custos, calcular preço e projetar caixa.
04	Gestão e Liderança com IA	Como tomar decisões melhores e liderar com mais clareza.

O que é o Negócio em dIA

O Negócio em dIA é um programa de capacitação para pequenos e médios empreendedores, realizado pela Tera em parceria com **Google, Sebrae, Blip Go e Itaú**. O programa é formado por quatro cursos práticos — cada um focado em uma área estratégica do negócio — e foi desenvolvido para que qualquer empreendedor, independentemente de conhecimento técnico, consiga usar IA como ferramenta de gestão.

Este guia funciona como a porta de entrada desse ecossistema: apresenta os quatro pilares, mostra o que é possível fazer e indica onde se aprofundar. Cada seção termina com uma referência ao curso correspondente para quem quiser ir além.

Como usar a IA no dia a dia

Antes de entrar em cada pilar, vale entender uma coisa sobre como a IA funciona na prática: ela responde ao que você pergunta. Quanto mais contexto você der — tipo de negócio, público, objetivo, dados concretos —, melhor a resposta. Quanto mais vaga a pergunta, mais genérica a resposta.

Uma boa forma de pensar é: a IA é um assistente muito competente, mas que não conhece o seu negócio. Você precisa apresentar o contexto antes de pedir a ajuda. "Me ajude a criar um post" produz um resultado medíocre. "Me ajude a criar um post para Instagram divulgando uma promoção de pizza grande na sexta-feira, para um público de famílias no bairro X" produz algo que você pode usar de verdade.

O modelo certo para cada tarefa

Tipo de tarefa	Modelo recomendado	Por que
Texto, legenda, roteiro, e-mail	Gemini Padrão ou Flash	Rápido e suficiente para criação de conteúdo
Análise de planilha ou extrato bancário	Gemini Raciocínio (com upload do arquivo)	Lê o documento inteiro, não trunca os dados
Planejamento, tomada de decisão, análise complexa	Gemini Raciocínio	Organiza argumentos, considera múltiplos cenários
Perguntas rápidas e respostas imediatas	Qualquer modelo	Simplicidade e velocidade bastam

01

Presença Digital — O Negócio que o Google Encontra

Presença Digital — O Negócio que o Google Encontra

Imagine alguém a poucos quarteirões do seu negócio abrindo o celular agora e digitando exatamente o que você vende. Padaria aberta no domingo. Salão que atende sem agenda. Oficina que faz revisão na hora. Se o seu negócio não aparecer nessa busca — ou aparecer com informações erradas —, o cliente não espera. Ele clica no concorrente que aparece primeiro.

A invisibilidade digital raramente é culpa do produto. Quase sempre é culpa do perfil. Cerca de 29% dos pequenos negócios brasileiros ainda não estão cadastrados no Google Perfil da Empresa. Entre os que estão, é comum encontrar perfis com horários errados, sem fotos, sem nenhuma postagem recente ou com avaliações sem resposta.

Para o Google, um perfil incompleto é um perfil pouco confiável. E um perfil pouco confiável aparece menos — não por punição, mas porque o algoritmo prioriza negócios que mostram sinais de que estão ativos, acessíveis e relevantes para quem busca na região.

Os 3 pilares de um perfil que aparece e converte

O Google Perfil da Empresa não é um cadastro — é uma vitrine ativa. A diferença entre um perfil invisível e um perfil que atrai clientes se resume a três pilares:

Pilar	O que isso significa
A Acuracidade	Nome, endereço, telefone, horário e categorias corretos e atualizados. Um horário errado pode afastar um cliente que chegou até a porta.
A Autenticidade	Fotos reais do espaço e dos produtos, postagens com novidades e ofertas, avaliações de clientes e respostas do dono. O Google interpreta essa movimentação como sinal de que o negócio está vivo.
A Atendimento	Botão de WhatsApp, link de agendamento, chat ativo, telefone. Não adianta aparecer na busca se o cliente não consegue dar o próximo passo.

O Gemini como redator do perfil

Criar uma descrição otimizada para o perfil parece simples, mas é onde a maioria dos negócios erra. A descrição precisa conter as palavras que os clientes realmente usam ao buscar, refletir o diferencial do negócio e soar natural — não robótico.

O segredo está em entregar contexto antes de pedir o texto. Antes de usar a IA, escreva no papel: qual é o meu tipo de negócio, em qual bairro fico, quais são meus três principais diferenciais, e quais palavras meus clientes usam ao me buscar. Com isso em mãos, a IA transforma uma tarde de tentativa e erro em minutos de trabalho. O mesmo vale para as postagens periódicas, as respostas de avaliações e as atualizações sazonais de horário.

Avaliações: a prova social mais valiosa do negócio local

Oitenta e oito por cento dos consumidores confiam em avaliações online tanto quanto confiam em recomendações pessoais. Para o negócio local, isso significa que a reputação no Google Perfil da Empresa é tão importante quanto a fachada da loja. Uma estrela a mais na avaliação média pode representar um aumento de 5 a 9% no faturamento.

Mas avaliações não chegam sozinhas. A estratégia mais eficaz para aumentar o volume de avaliações positivas é simples: perguntar no momento certo. O melhor momento é logo após uma boa experiência — quando o cliente acabou de ser atendido, quando o serviço foi entregue, quando o produto chegou. Uma mensagem direta de WhatsApp com o link do perfil converte muito mais do que um cartaz na loja.

Como responder avaliações negativas — estrutura em 3 passos

01

Passo 1 — Reconheça:
Agradeça pelo feedback e mostre que você leu.
Nunca comece na defensiva.

02

Passo 2 — Explique (sem se desculpar em excesso):
Se houver uma razão legítima para o que aconteceu, contextualize brevemente.
Se foi erro seu, assuma com clareza.

03

Passo 3 — Convide:
Ofereça um canal direto (WhatsApp, telefone) para resolver. Isso mostra para outros leitores que você age quando algo dá errado.

Lembre: *a resposta a uma avaliação não é só para quem escreveu — é para todos que vão ler depois.*

Fotos que fazem o perfil vender

O Google Perfil da Empresa com fotos recebe, em média, 42% mais solicitações de rota e 35% mais cliques no site do que perfis sem fotos. Isso porque a foto responde a uma pergunta que o cliente tem antes de ir até o negócio: "é o tipo de lugar que eu procuro?"

Não é preciso fotógrafo profissional. É preciso consistência e cuidado. Algumas orientações práticas que fazem diferença: fotografe com luz natural (janela lateral funciona muito bem), mantenha o espaço organizado antes de fotografar, mostre o produto no contexto de uso (o prato sendo servido, o corte no espelho, a peça no modelo), e atualize as fotos quando mudar algo relevante — fachada reformada, cardápio novo, lançamento de produto.

Checklist do perfil completo

		Item	Impacto
☐		Nome, endereço e telefone corretos	Essencial para aparecer
☐		Categoria principal e categorias adicionais	Define em quais buscas você aparece
☐		Descrição do negócio com palavras-chave naturais	Alta relevância para o algoritmo
☐		Horário de funcionamento atualizado (incluindo feriados)	Evita perda de cliente na porta
☐		Mínimo de 10 fotos (fachada, interior, produtos)	42% mais solicitações de rota
☐		Respostas para avaliações recentes	Sinal de negócio ativo para o Google
☐		Pelo menos 1 postagem no último mês	Mantém o perfil como ativo no algoritmo
☐		Botão de ação (WhatsApp, agendamento ou site)	Habilita a conversão direto do perfil

Para se aprofundar

Sua Empresa no Mapa — Curso de Google Business Profile — Negócio em dIA

02

Marketing com IA — Visibilidade, Clientes e Caixa

Marketing com IA — Visibilidade, Clientes e Caixa

Marketing para pequeno negócio não é sobre ter uma agência ou um orçamento grande. É sobre consistência — aparecer para as pessoas certas, nas plataformas certas, com a mensagem certa, quando elas estão prontas para agir.

O problema é que consistência exige tempo. E tempo é exatamente o que o empreendedor não tem. É por isso que a IA muda a equação: ela não substitui a sua voz ou o seu conhecimento sobre o negócio, mas elimina o bloqueio criativo e acelera a produção de conteúdo de horas para minutos.

Há também uma distinção importante entre presença nas redes e capacidade de converter. Presença traz atenção. Conversão traz dinheiro. As duas precisam de estratégia — e as ferramentas do programa Negócio em dIA cobrem as duas.

Os pilares de conteúdo: o que postar além de promoção

Um dos erros mais comuns do marketing de pequenos negócios nas redes sociais é postar quase exclusivamente promoções e produtos. O resultado é um perfil que parece panfleto — e que o algoritmo mostra para cada vez menos pessoas, porque os seguidores param de interagir.

Conteúdo que funciona equilibra pelo menos cinco tipos de posts diferentes. Cada um tem um objetivo distinto e atrai um tipo de interação:

Tipo	Objetivo	Exemplo prático
Educativo	Posicionar como especialista	"3 sinais de que sua maquininha está te cobrando mais do que deveria"
Bastidores	Gerar conexão e confiança	A rotina de preparo de um prato, a chegada de uma nova coleção, a equipe trabalhando
Prova social	Reduzir objeção de compra	Foto ou depoimento de cliente, resultado antes e depois, avaliação positiva
Oferta	Converter em venda	Promoção com prazo, lançamento, combo exclusivo
Interação	Aumentar alcance e engajamento	"Enquete, pergunta aberta, "escolha entre A e B", marca um amigo que..."

Uma proporção saudável para a maioria dos pequenos negócios é: 40% conteúdo educativo e de bastidores, 30% prova social, 20% oferta e 10% interação. Isso garante que a audiência não sinta que você só quer vender — e fica mais receptiva quando a oferta aparece.

Com o Gemini, você pode criar um calendário do mês inteiro em minutos: basta informar o tipo de negócio, a frequência de posts e as datas importantes do mês (feriados, datas comemorativas, lançamentos previstos). A IA distribui os cinco tipos de post ao longo dos dias e sugere o tema de cada um.

Do post à venda: entendendo o funil do pequeno negócio

Muitos empreendedores investem muito tempo em conteúdo e frustram-se porque as vendas não sobem. O motivo quase sempre é o mesmo: o conteúdo está focado no topo do funil — atrair atenção — mas ninguém está cuidando do meio e do fundo, onde acontece a conversão.

O funil simplificado para PME

Etapa	Objetivo	O que fazer
Topo — Atração	Ser encontrado por quem não te conhece	Posts educativos, GBP atualizado, reels e stories com alcance orgânico
Meio — Interesse	Fazer o possível cliente considerar você	Prova social, bastidores, depoimentos, comparativos, demonstrações de produto
Fundo — Conversão	Transformar interesse em compra	Oferta com urgência, facilidade de pagamento, resposta rápida no WhatsApp, processo de compra simples
Pós-venda — Fidelização	Fazer o cliente voltar e indicar	Pedido de avaliação, acompanhamento pós-compra, ofertas exclusivas para quem já comprou

WhatsApp como canal de vendas estruturado

O WhatsApp é o canal de comunicação mais usado no Brasil — e um dos mais subutilizados como canal de vendas com método. A diferença entre um empreendedor que usa o WhatsApp e um que usa o WhatsApp bem está na organização: base de conhecimento para responder perguntas sem depender da memória, etapas claras de atendimento e acompanhamento de clientes que não finalizaram a compra.

O Blip Go é a ferramenta do programa que eleva o WhatsApp de aplicativo pessoal para plataforma de atendimento profissional. Com ele, você cria um assistente automatizado que responde perguntas frequentes com as informações do seu negócio, atende fora do horário comercial, registra clientes em diferentes etapas e gera relatórios de atendimento. O assistente não substitui o atendimento humano — ele filtra, organiza e prepara o terreno para que você foque nos clientes que precisam de atenção real.

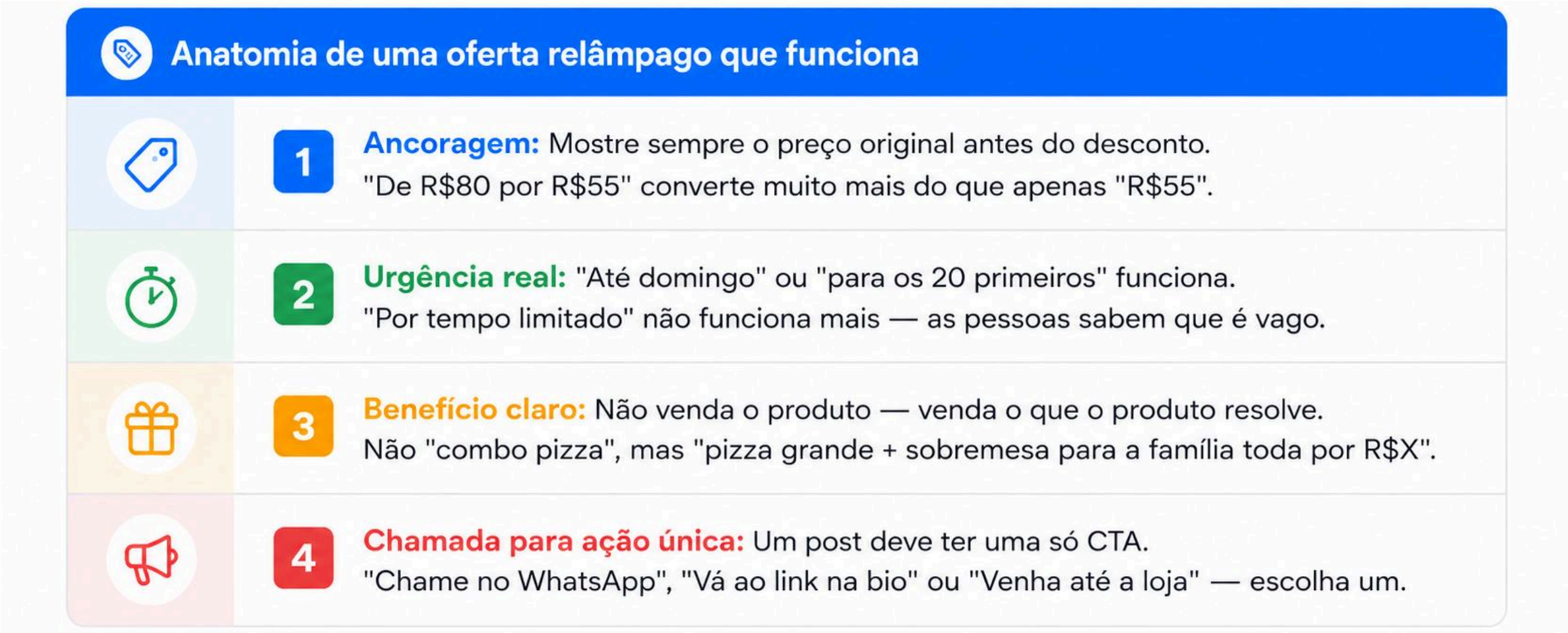
WhatsApp para negócios — qual versão usar?

Pessoal	Business	API via Blip Go
Para uso cotidiano. Sem recursos de negócio. Não pode ser usado comercialmente	Catálogo, horário, respostas rápidas. Ideal para começar	Automação, assistente com IA, múltiplos atendentes, relatórios
Volume baixo, sem necessidade de organização	Negócio que atende pelo WhatsApp sem escala	Negócio que quer profissionalizar o atendimento e escalar

Promoções que geram caixa sem desgastar a marca

Uma promoção mal estruturada pode gerar caixa no curto prazo e dano no longo prazo. Quando o desconto é frequente demais, o cliente aprende a esperar por ele — e o preço cheio perde credibilidade. A promoção eficaz é aquela que acontece com critério, com prazo real e com ancoragem de valor.

Quatro elementos definem uma oferta que converte: o preço original visível (o cliente precisa sentir que está fazendo um bom negócio em relação a algum referencial), o preço com desconto, um prazo de validade curto e real (urgência), e um benefício claro. Com esses quatro elementos definidos, a IA cria toda a comunicação da promoção em minutos — do post ao WhatsApp.



Para se aprofundar
Marketing Digital com IA — Curso de Marketing com IA — Negócio em dIA

03

Finanças com IA — Organização, Preço e Caixa

Finanças com IA — Organização, Preço e Caixa

Você pode vender bem e ainda assim não ter dinheiro. Isso acontece quando o preço não cobre os custos reais, quando o caixa é gerido pelo saldo bancário em vez de uma projeção, quando despesas pessoais se misturam com despesas da empresa. Não é falta de esforço — é falta de método.

A IA não resolve o problema financeiro de um negócio. Mas ela elimina o trabalho mais pesado da organização: categorizar extratos, calcular margens, projetar fluxo de caixa, identificar onde o dinheiro está vazando. O que levaria horas de planilha e cálculo manual vira uma análise de alguns minutos — desde que você entregue os dados certos com o pedido certo.

O fim da mistura entre CPF e CNPJ

A separação entre dinheiro pessoal e dinheiro da empresa é o primeiro passo da gestão financeira — e o mais comum de ser pulado. Quando o extrato do negócio tem de tudo misturado, a pergunta mais importante fica sem resposta: o negócio está me sustentando ou eu estou sustentando o negócio?

Essa confusão tem um custo invisível que vai além do caos contábil. Sem separação, é impossível saber a lucratividade real do negócio, calcular quanto o dono deveria retirar de forma sustentável, ou identificar quais gastos realmente pertencem à operação. Com o Gemini, você pode classificar o extrato do mês inteiro em Empresa ou Pessoal em poucos minutos: para listas curtas, o modelo padrão basta; para extratos com muitos lançamentos, faça o upload do arquivo CSV e use o modelo Raciocínio.

O pró-labore: o custo que o empreendedor esquece de pagar para si mesmo

Pró-labore é o salário do dono. Parece óbvio, mas é uma das categorias mais negligenciadas nas finanças de pequenos negócios. Quando o empreendedor não registra um pró-labore fixo, ele cria uma ilusão de lucratividade: o negócio "lucra" porque o trabalho do dono está sendo remunerado informalmente com retiradas variáveis, que não aparecem no custo.

A consequência prática é dupla. Primeiro, o preço dos produtos e serviços fica subdimensionado — porque o custo do trabalho do dono não entrou no cálculo. Segundo, o empreendedor nunca sabe de fato se o negócio seria viável com um funcionário no lugar dele.

Como definir um pró-labore justo para o seu negócio

1. **Passo 1 —** Calcule quantas horas você dedica ao negócio por mês.
2. **Passo 2 —** Pesquise o salário de mercado para alguém que executaria as funções que você executa (gerente, cozinheiro, vendedor, atendente — dependendo do seu negócio).
3. **Passo 3 —** Defina um valor mensal fixo que represente sua remuneração mínima aceitável. Esse valor deve entrar no custo fixo do negócio.
4. **Passo 4 —** Qualquer retirada acima do pró-labore é distribuição de lucro, não remuneração. A distinção muda o que você precisa aprender sobre a saúde financeira do negócio.

Calculando o preço que sustenta o negócio

Copiar o preço do concorrente é um dos erros mais comuns e mais silenciosos do pequeno negócio. O concorrente tem uma estrutura diferente da sua — aluguel menor, volume maior, regime tributário diferente, ou simplesmente usa aquele produto como chamariz. Quando você copia o preço dele, copia uma conta que não é sua.

O preço correto cobre quatro camadas: custo direto (matéria-prima, embalagem, insumo), custo fixo rateado (cada unidade vendida precisa pagar uma parte do aluguel, da folha, da energia e do seu pró-labore), deduções (taxa da maquininha e imposto sobre o faturamento) e margem de lucro. Com esses elementos bem definidos, o Gemini pode calcular o preço mínimo viável e gerar três cenários de margem para você escolher.

Os 4 problemas financeiros mais comuns — e como a IA ajuda

Problema	Sintoma	O que a IA faz
CPF e CNPJ misturados	"Acho que sobrou, mas não sei quanto"	Classifica extrato em Empresa x Pessoal
Pró-labore não contabilizado	"O negócio lucra, mas não sei quanto tiro"	Ajuda a calcular e registrar a remuneração do dono
Preço no achismo	"Vendo muito, mas não fica dinheiro"	Calcula margem real em 3 cenários
Caixa gerido pelo saldo	"Fui pego de surpresa pelas contas"	Monta molde de projeção para 15 dias
Custos que ninguém questiona	"Dinheiro some e não sei por quê"	Identifica 3 áreas de corte possíveis

Projetando os próximos 15 dias do caixa

O problema do caixa raramente é a falta de venda. É a falta de visão. Você pode ter um mês positivo no total e ainda assim ficar sem dinheiro no dia 5 porque aluguel, folha e imposto caem na mesma semana — e os recebíveis chegam só na semana seguinte.

Projeção de fluxo de caixa não é para saber o quanto você vai ter no final do mês. É para saber exatamente em quais dias o caixa aperta. Com essa informação em mãos, você pode agir antes: negociar um prazo com fornecedor, antecipar um recebível, ou fazer uma promoção pontual para acelerar entrada de dinheiro. O programa Negócio em dIA disponibiliza uma Planilha-Mestra de Fluxo de Caixa em Google Sheets — disponível no curso de Finanças com IA — e o Gemini pode ajudar a definir as categorias e o molde de projeção antes mesmo de você abrir a planilha.

Para se aprofundar
Finanças com IA — Curso de Finanças com IA — Negócio em dIA

04

Gestão e Liderança — Decisões, Equipe e Crescimento

Gestão e Liderança — Decisões, Equipe e Crescimento

Gestão é o que acontece depois que o negócio começa a funcionar. É onde muitos empreendedores se perdem: o negócio cresceu, virou chefe, tem equipe — mas as ferramentas de gestão nunca foram aprendidas de forma estruturada. O resultado é improviso constante, decisões no susto e uma rotina que consome mais do que entrega.

IA não gerencia um negócio. Mas ela acelera duas coisas que estão no centro da gestão: a produção de clareza (textos, análises, sínteses, planos) e a estruturação de processos (modelos de reunião, frameworks de feedback, checklists de delegação). O que levaria uma tarde de trabalho vira uma boa conversa com o Gemini.

O que é gestão na prática do pequeno negócio

Gestão é o conjunto de decisões que fazem o negócio funcionar sem precisar de você para tudo. Quando o empreendedor é o único que sabe como funciona tudo, o negócio não tem gestão — tem uma pessoa fazendo tudo. E essa pessoa logo fica esgotada.

Três pilares separam o negócio que depende do dono do negócio que funciona com o dono: processos documentados (como as coisas são feitas), delegação com critério (o que cada pessoa é responsável por fazer) e comunicação clara (o dono sabe dar e receber feedback sem desgastar a equipe).

Processos: o que precisa ser documentado para o negócio funcionar sem você

Documentar um processo não precisa ser um manual corporativo. Precisa ser um registro suficiente para que outra pessoa faça a tarefa sem te interromper. Às vezes, isso é um áudio de 2 minutos gravado no celular. Às vezes, é uma lista de 10 passos no Google Drive. O critério não é o formato — é se o resultado seria o mesmo sem você presente.

Comece pelos processos que mais dependem de você e que mais consomem seu tempo quando algo dá errado. Abertura e fechamento do caixa, atendimento ao cliente com reclamação, processo de compra com fornecedor, treinamento de um colaborador novo. O Gemini pode ajudar a estruturar o documento depois que você explica como a tarefa é feita — você fala, ele organiza.

Como documentar um processo com o Gemini em 3 passos

1 **Passo 1 — Descreva em voz alta**
como a tarefa é feita hoje, do início ao fim, sem preocupação com organização.

2 **Passo 2 — Cole o texto no Gemini**
e peça para organizar em passos numerados, com o responsável de cada etapa e o resultado esperado.

3 **Passo 3 — Revise e complete**
o que faltou. Depois, teste: peça para alguém seguir o processo sem você explicar. O que ela travar é o que precisa ser mais claro.

Feedback com método: a ferramenta mais subutilizada da gestão

Feedback não é crítica. É informação sobre um comportamento, entregue com o objetivo de melhorar o resultado. A maioria dos empreendedores evita dar feedback porque a conversa fica desconfortável — e fica desconfortável porque não tem um método.

A Comunicação Não-Violenta (CNV) oferece esse método. Em vez de falar sobre o que a pessoa é, você fala sobre o que aconteceu: o fato observado, o impacto que teve, o que você precisa e o que você pede. Essa estrutura transforma uma conversa difícil em uma conversa produtiva — porque ela retira o julgamento e coloca o foco no resultado.

Estrutura CNV — do julgamento ao fato

Elemento	O que é	Exemplo
Observação	O fato concreto, sem interpretação	Na sexta passada, o pedido ficou 30 min além do prazo
Impacto	O efeito real no negócio ou na equipe	O cliente reclamou e não voltou na semana seguinte
Necessidade	O que você precisa que aconteça	Preciso que os pedidos saiam no prazo combinado
Pedido	A ação concreta e viável que você pede	Você pode me avisar quando estiver perto de atrasar?

Tomada de decisão com método

Toda decisão tem um custo de oportunidade: escolher A significa não escolher B. O problema é que a maioria das decisões de gestão é tomada com pouca informação, sob pressão e sem um método claro para avaliar as opções.

O ciclo OODA foi desenvolvido para ambientes de alta pressão e se adapta muito bem à gestão de pequenos negócios. O Gemini pode ajudar nas duas primeiras etapas, que são as mais demoradas: organizando as informações disponíveis, identificando o que está faltando e gerando uma análise das opções antes de você decidir.

O ciclo de liderança - do problema à ação

Etapa	Movimento	Como a IA ajuda
1	Identificar o problema real	Ajuda a separar sintoma de causa
2	Mapear as opções	Gera alternativas que você talvez não tivesse considerado
3	Avaliar impacto e risco	Analisa prós, contras e consequências de cada opção
4	Definir ação e prazo	Estrutura o plano com responsáveis, prazos e indicadores
5	Comunicar para a equipe	Redige o comunicado ou prepara a reunião de alinhamento

Os indicadores que todo pequeno negócio deveria acompanhar

Gestão baseada em dados não precisa ser sofisticada. Para a maioria dos pequenos negócios, acompanhar cinco números com regularidade já muda a qualidade das decisões.

Indicador	O que revela	Como calcular
Ticket médio	Se os clientes estão comprando mais ou menos por visita	Faturamento dividido pelo número de vendas no período
Taxa de retorno	Se os clientes estão voltando (fidelização real)	Clientes que compraram 2x ou mais dividido pelo total
Margem de contribuição	Se o preço de cada venda cobre os custos variáveis	Receita menos custo variável, dividido pela receita
Tempo de resposta no WhatsApp	Se o atendimento está convertendo ou perdendo vendas	Média de minutos entre a mensagem e a resposta
Nota média no Google	Como a experiência do cliente está sendo percebida	Direto no Google Perfil da Empresa — sem cálculo

Para se aprofundar
Gestão e Liderança com IA — Curso de Gestão e Liderança — Negócio em dIA

Como os 4 pilares se conectam no seu negócio

Os quatro pilares deste guia não são independentes. Eles formam um ciclo: você se torna visível (presença), atrai e converte clientes (marketing), gere o dinheiro que entra (finanças) e lidera a operação que sustenta tudo isso (gestão). Quando um pilar está fraco, os outros sofrem.

Um negócio com presença digital forte, mas marketing inconsistente tem picos de visibilidade sem resultado. Um negócio com marketing excelente, mas preço mal calculado vende mais e lucra menos. Um negócio com finanças organizadas, mas gestão caótica não consegue escalar. E um negócio com boa gestão, mas sem presença digital perde para concorrentes menores que aparecem primeiro no Google.

A IA não resolve tudo de uma vez. Mas ela permite que você trabalhe em todos os pilares sem precisar dominar cada um como especialista. O que muda é a postura: em vez de tentar aprender tudo antes de agir, você usa a IA como apoio para agir enquanto aprende.

O erro mais comum ao começar com IA

A maioria dos empreendedores que experimenta IA pela primeira vez e não se convence cometeu o mesmo erro: esperava que a ferramenta entregasse resultados prontos sem receber contexto. A IA não conhece o seu negócio. Ela conhece padrões do mundo — muitos deles, e muito bem. Mas o contexto do seu negócio específico, do seu bairro, do seu cliente, da sua margem, você precisa trazer.

Pense na IA como um consultor que acabou de entrar na sala. Ele é altamente competente — leu sobre negócios, finanças, marketing, gestão de equipes. Mas ele ainda não sabe nada sobre você. O primeiro trabalho é fazer o briefing. Quanto melhor o briefing, melhor o conselho.

Por onde começar — diagnóstico rápido

Pergunta	Se a resposta for NÃO	Pilar prioritário
Quando alguém busca o que você vende no Google, você aparece?	→ Comece por aqui	Presença Digital
Você tem um calendário de conteúdo para o próximo mês?	→ Comece por aqui	Marketing
Você sabe qual produto do seu negócio tem maior margem de lucro?	→ Comece por aqui	Finanças
Você consegue se ausentar por um dia sem o negócio parar?	→ Comece por aqui	Gestão

Sua jornada no Negócio em dIA

O programa Negócio em dIA está estruturado em quatro cursos, cada um desenvolvido para aprofundar um dos pilares apresentados neste guia. Os cursos são práticos, com ferramentas para usar no seu negócio imediatamente — não teoria para acumular.

01	**Sua Empresa no Mapa** Google Business Profile	Crie ou revitalize seu Google Perfil da Empresa, escreva descrições otimizadas com o Gemini e transforme visualizações em clientes reais.
02	**Marketing Digital com IA** Gemini + Blip Go	Crie calendários de conteúdo, legendas e ofertas relâmpago com o Gemini. Profissionalize o atendimento pelo WhatsApp com o Blip Go.
03	**Finanças com IA** Gemini + Planilha-Mestra	Separe CPF e CNPJ, calcule o preço que dá lucro, projete o fluxo de caixa dos próximos 15 dias e encontre onde o dinheiro está vazando.
04	**Gestão e Liderança com IA** Gemini + frameworks de gestão	Estruture processos, delegue com critério, dê feedback com método e tome decisões com mais clareza usando a IA como apoio.

Negócio em dIA

O pequeno empreendedor que usa IA não é o que sabe mais de tecnologia. É o que aprendeu a fazer a pergunta certa. Esse guia é o começo. Os cursos são o caminho.

REALIZAÇÃO

Google SEBRAE itaú Tera

COMUNIDADE BY

blip