

Marcas & Negócios

BIUD

Startup reinventa marketing de dados

De acordo com a StartupBase, o Brasil possui quase 23 mil startups em atividade atualmente, espalhadas em 788 cidades do país. Iniciativa da Associação Brasileira de Startups (Abstartups), a base de dados reúne, em tempo real, as principais informações deste ecossistema. Um dos destaques nesse mercado diz respeito à atuação da BIUD, uma plataforma de marketing direcionada por dados.

Fundada em 2018, a BIUD nasceu em Brasília com o objetivo de democratizar o jeito inteligente de fazer marketing para empresas de todos os portes. A ideia para a startup surgiu a partir da percepção de que os donos de negócios locais passam por um desafio em comum, que é não ter conhecimento ou tempo para cuidar do marketing empresarial e, muitas vezes, não têm recursos suficientes para pagar agências ou bons profissionais desse segmento para gerar os resultados que precisam.

"Desenvolvemos uma solução visando resolver esse problema, com uma tecnologia que, na prática, é uma inteligência artificial capaz de representar um analista de marketing dentro do negócio ou da agência", explica Vanessa Villela, sócia e CMO da BIUD.

Para isso, a plataforma coleta e analisa os dados essenciais das empresas por meio de fontes internas e externas, como cupom fiscal das vendas e redes sociais, para melhorar a performance desses empreendimentos. Após esse processo, é possível medir o resultado de ações apresentando o seu impacto nas vendas e no comportamento de compra dos clientes.

Vanessa ressalta que as empresas que têm inteligência de dados em sua cultura organizacional vêm se destacando, pois são mais assertivas nas decisões, otimizam processos e custos, e são mais rápidas na hora de realizar ajustes. Nesse âmbito, ressalta que a tecnologia direciona as campanhas para serem mais assertivas e potencializar as vendas, de forma mais rápida e com baixo custo.

"Dizem que os dados são o novo petróleo. Entretanto, não basta apenas tê-los, porque sozinhos não fazem muita coisa. É aí que entra a inteligência de dados: quando utilizam ferramentas e tecnologias para transformar grandes quantidades de dados brutos em informações valiosas que podem ser usadas para tomar decisões", contextualiza.

O êxito da BIUD nesse trabalho está relacionado à inteligência

Divulgação



O que nos move é saber que estamos cumprindo o nosso propósito, pois nossa solução permite que negócios locais tenham acesso às tecnologias e ferramentas inteligentes de marketing e dados, antes só acessíveis para grandes empresas"

artificial (IA), chamada de Mia, que vem sendo construída levando em consideração esses pontos: linguagem natural e personalização. "Eu digo 'vem sendo' porque o nosso time de desenvolvedores trabalha diariamente na sofisticação dessa tecnologia, trazendo o que há de mais inovador, para deixar cada vez mais simples e acessível para os donos de negócios locais e pessoas de marketing utilizarem", pontua.

A profissional avalia que a inteligência artificial aparece com destaque em grande parte das previsões e tendências para o ano. Para ela, as IAs estão cada vez mais robustas e se sofisticando em linguagem natural e personalização, de forma que parecem menos um robô e mais uma pessoa virtual.

Três perguntas para

Vanessa Villela, sócia e CMO da BIUD:

Como é o mercado para as startups?

O mercado é bem desafiador, mas muito promissor. Principalmente se a startup oferecer uma solução inovadora que resolva uma dor real. E, claro, se tem potencial de escala. Assim como a grande maioria das startups no Brasil, o modelo da BIUD é Software as a Service (SaaS), uma forma de disponibilizar soluções de tecnologia como um serviço.

A empresa paga uma assinatura mensal para acessar a plataforma da BIUD e utiliza de maneira fácil e simples, com o apoio do nosso suporte sempre que precisar. Entendemos que a nossa plataforma faz muito sentido para comércio e varejo, como drogarias, mercados, restaurantes, bares e lojas de roupa, entre outros, sejam eles com uma única unidade, rede de lojas ou franquias.

Quais as tendências para esse mercado em 2023?

A ciência de dados tem transformado todos os setores, desde empresas de tecnologia até eventos esportivos, como pudemos ver na última Copa do Mundo. Quase não tem mais espaço para os achismos ou o famoso "feeling", porque os dados não mentem e aumentam a confiança. Será fundamental ter uma mentalidade direcionada por dados.

serviços, mas nos modelos de negócio, gestão e rotina das empresas", comenta Vanessa.

Buscando ser um vetor de inspiração no Brasil, a BIUD busca empoderar pessoas comuns a transformarem o mundo com a sua ideia. A CMO reforça que a startup utiliza o lema "impacte o mundo com a sua ideia".

"O que nos move é saber que estamos cumprindo o nosso propósito, pois nossa solução permite que negócios locais tenham acesso às tecnologias e ferramentas inteligentes de marketing e dados, antes só acessíveis para grandes empresas", diz.

É AMANHÃ!

O caderno especial do Correio Braziliense, com foco no início do ano letivo no DF, estará no nosso jornal para você desfrutar da viagem rumo à educação!

@CORREIOBRAZILIENSE

/CORREIOBRAZILIENSE

/CORREIO

PATROCÍNIO:

Sigma

APOIO:

Colégio Católica
Brasília
Grupo UBEC

**ESCOLA
Maria Montessori**
MOTIVANDO PARA REALIZAR

SIS
Swiss International School

**ESCOLA
Eleva**

MapleBear
Canadian School

REALIZAÇÃO:

**Correio
Braziliense**