





# PREFÁCIO

A Bridgewhat nasce em 2021 para dar resposta aos desafios de crescimento ambicioso enfrentados pelas empresas, agravados por uma sucessão de crises económicas dificilmente previsíveis.

Posicionando-se como uma plataforma de *Growth-as-a-Service*, a Bridgewhat oferece ao mercado uma App gratuita, a *Bridgewhat Academy*, e quatro pacotes de subscrição que aumentam a capacidade de conversão de vendas das empresas.

**Bridgewhat Academy** – Sistematiza o conhecimento sobre como crescer, em torno das 20 Alavancas de Crescimento da Bridgewhat. Estas 20 alavancas agrupam-se em torno de cinco etapas de relacionamento com o cliente:

- **Atracção** (aumentar a relevância e visibilidade das empresas) – inclui as seguintes alavancas: 1 – Posicionamento e *Targeting*; 2 – Marketing Digital; 3 – Geração de Tráfego; e 4 – Marketing CRM.
- **Aquisição** (captar clientes para a empresa) – inclui: 5 – Multicanalidade; 6 – Eficácia da Força de Vendas; 7 – Entrada em Novos Mercados; e 8 – M&A (*Mergers & Acquisitions*) e Parcerias.
- **ARPU** (maximização da receita por cliente) – composta por: 9 – Co-criação Inovadora; 10 – Preços e Promoções; 11 – *Cross-Selling* e Partilha de Receitas; e Conversão de Vendas.
- **Retenção** (como reter os bons clientes) – abrange: 13 – Centralidade dos Clientes; 14 – Aumento da Fidelização de Clientes; 16 – Redução de *Churn* (saída de clientes); 17 – Construir Defesas (“*moats*”, face à concorrência).

- **Referenciação** (como obter uma advocacia positiva dos clientes) – engloba: 17 – Desenvolvimento de Competências; 18 – Inclusão em Plataformas; 19 – Reputação e Referências; e 20 – Desenvolvimento de Marca.

**Pacote Cristal (*Community*)** – Permite a todas as empresas que buscam crescimentos ambiciosos congregar com outras movidas por este mesmo objectivo, criando uma espécie de clube digital que permite o acesso fácil a oportunidades de negócio.

**Pacote Silver (*Credentials*)** – Permite às empresas mostrar as suas credenciais, ligadas às diferentes dimensões do crescimento de vendas, e participar em um *marketplace* que maximiza a sua exposição e acesso a oportunidades de negócio.

**Pacote Gold (*Connections*)** – No mundo digital, é cada vez mais importante que as empresas possam partilhar os seus principais activos: os seus clientes e os seus produtos e serviços. Neste contexto, a Bridgewater garante que encontra o parceiro que permitirá às empresas maximizar as suas receitas partilhadas (via partilha de clientes ou produtos/serviços).

**Pacote Platinum (*Counselling*)** – Em um contexto em que existe uma grande disponibilidade de ex-CXO (pessoas que anteriormente ocuparam importantes cargos de direcção), a Bridgewater coloca um conjunto de experientes profissionais que poderão ajudar as empresas a crescer, à distância de poucos cliques.

Porque surge a Bridgewater?

A Bridgewater é a marca da Bridgewater que suporta a publicação semanal no LinkedIn de cartoons relacionados com as 20 Alavancas de Crescimento, em colaboração com o Luís Afonso.

A Bridgewater, através do humor, surge para reforçar a atenção da importância do crescimento empresarial e das várias alternativas que existem para alcançá-lo de modo ambicioso.

O livro que publicamos, o primeiro entre vários, posiciona-se no mercado como um “manual de aumentar as vendas com boa disposição”.

Esperemos que gostem, se divirtam e se motivem para crescer!

Let's Grow!

# INTRODUÇÃO

Estava eu em sossego quando o Paulo Morgado me ligou. Queria que eu criasse um cartoon semanal para uma empresa que ia lançar com a Ana Paula Reis. Empresa de quê?, perguntei. Respondeu-me que a Bridgewater se tratava de uma plataforma virada para o crescimento de vendas. Manifestei-lhe a minha total ignorância no assunto, o que me impediria de criar qualquer coisa nessa área, mas o Paulo não se convenceu e reunimo-nos os três.

Lá me disseram que não haveria problema, porque me ajudariam nos cartoons, precisavam era que eu esgalhasse umas personagens que funcionassem em tiras semanais. Fiquei hesitante, a pensar como seria aquilo concretizável, mas ofereceram-me o cargo de CCO (*Chief Cartoonist Officer*) e, claro, aceitei logo. Como poderia eu recusar um cargo destes? Avançámos então com o projecto “Os Cartoons Bridgewater”, de autoria de nós os três.

Agora sou CCO e, quando me dá na cabeça, já posso fazer constar que o “senhor doutor está em reunião”. O que mais posso querer? Ainda para mais, a Ana e o Paulo têm jeito para os cartoons, pelo que nem faço tanto quanto isso. Até aprendo coisas sobre vendas, que eles pacientemente me explicam e eu às vezes percebo. Enfim, digamos que sou um CCO com um estatuto um bocadinho insuflado. O normal desta vida.

LUÍS AFONSO