



A Mente do Cliente

Neiva Mendes (*)



Neurociencia do atendimento: como o Ciclo Arcadiano pode afetar 22% das conversões

Em meio a tantas opções e possibilidades disponíveis no mercado, não basta saber o que oferecer ao cliente. É preciso entender quando ele está biologicamente mais propenso a aceitar o que o seu negócio tem a propor.

Estudos e experiências da Blue6ix comprovam a importância que o ciclo circadiano tem no contato com o cliente, porque o nosso relógio interno influencia o humor, foco e as decisões de compra. Alinhar o atendimento a esse ritmo acrescenta muito mais eficiência às ações estratégicas, e colocar a empatia neurocientífica para jogar a nosso favor torna o contato com o consumidor muito mais produtivo.

O ciclo circadiano regula sono, temperatura, produção hormonal e desempenho cognitivo. Ele funciona como um maestro que orquestra momentos de alerta, de baixa energia e de recuperação. Pesquisas em cronobiologia (Harvard Medical School, Oxford University) mostram que variações hormonais ditam o grau de receptividade a estímulos de vendas e as empresas precisam se atentar a esse fato.

O pico do cortisol (alerta e estresse) acontece entre 7h e 9h. Dá energia, mas em excesso gera irritabilidade. A dopamina (recompensa e motivação) é elevada pela manhã e aumenta a abertura a novidades. Já a serotonina (estabilidade e foco) sustenta decisões racionais e ponderadas ao longo da tarde. E a melatonina (sono e recuperação) é produzida no escuro, induz descanso e reduz a clareza mental.

Essas flutuações impactam diretamente o momento da decisão. Um cliente receptivo às 9h pode estar indisponível às 21h, é importante observar esses detalhes. Vou mostrar outras possibilidades, veja só!

- 08h - 10h:** Cortisol + dopamina em alta (alerta e otimismo) - Ligações de venda, ofertas rápidas;

- 10h - 12h:** Estabilidade cognitiva - explicações detalhadas, comparativos;

- 12h - 14h:** Queda de energia (digestão) - evitar contato direto;

- 14h - 16h:** Retorno gradual do foco - follow-up

de leads, propostas de valor;

- 16h - 18h:** "Janela de fechamento" - conversões finais, resolução de pendências;

- Após 20h:** Melatonina em alta, fadiga - comunicação leve, branding, não vendas.

A cronobiologia mostra nuances importantes: mulheres tendem a ser mais matutinas; homens, mais noturnos; o ciclo menstrual pode influenciar impulsividade e abertura a risco;

Regiões e cultura também modulam receptividade: no Nordeste, por exemplo, o almoço mais extenso adia a "janela da tarde"; já nas regiões Sul e Sudeste, os horários são mais rígidos.

Nos estudos conduzidos pela **Blue6ix**, empresas que ajustaram o atendimento ao ciclo circadiano registraram até 22% mais conversões em determinados segmentos. Além disso, houve aumento de satisfação do cliente e redução de atrito nos contatos.

O segredo dessa estratégia que compartilha com você, caro(a) leitor(a), está em usar analytics para mapear janelas de decisão e identificar equipes conforme o cronotipo e o comportamento de cada público. Veja algumas dicas para aplicar já:

Priorize contatos entre 8h-10h e 16h-18h; evite ligações na hora do almoço ou após as 20h; use canais leves como o WhatsApp fora das janelas principais; ajuste o time de vendas de acordo com hábitos regionais; e não esqueça de monitorar os dados de performance por horário e refine a estratégia.

O atendimento do futuro será multicanal e multitemporal. Respeitar os ritmos biológicos não é apenas mais uma estratégia de conversão, é uma demonstração de empatia e inteligência no relacionamento com o cliente e isso certamente é um diferencial para quem se quer destacar em meio a tantas opções no mercado. Por isso, é bom lembrar: vender é também saber esperar o momento certo de agir e como agir.

Neiva Dourado Martins Mendes é atual presidente do Conselho e sócia-fundadora da Blue6ix Tecnologia.

Jen Medeiros (*)

Com isso, a tecnologia de matchmaking vem se consolidando como um motor para transformar conexões em contratos reais, promovendo interações qualificadas e capazes de gerar valor mútuo. Diferentemente do networking tradicional, que muitas vezes depende do acaso ou de interações pouco direcionadas, o matchmaking em comunidades empresariais utiliza dados, inteligência artificial e algoritmos avançados para mapear interesses, identificar afinidades e aproximar de forma assertiva quem realmente pode gerar impacto ao se conectar.

A lógica por trás desse processo envolve cruzar informações sobre o perfil das empresas e dos profissionais, suas necessidades e ofertas, histórico de negociações, áreas de atuação e até mesmo critérios de cultura organizacional e propósitos estratégicos. Assim, ao invés de encontros genéricos, o que se viabiliza são conexões de alta precisão, com maior potencial de se converterem em parcerias duradouras. Outro ponto interessante é que o uso de machine learning e análise preditiva é cada vez mais frequente nesses ambientes: algoritmos aprendem com interações anteriores quais combinações tendem



sukanya sithikongsak/CANVA

a resultar em colaborações bem-sucedidas e refinam constantemente os critérios de aproximação.

Em grandes eventos corporativos e plataformas de comunidades digitais, essa tecnologia se mostra particularmente eficiente. Um exemplo são as conferências internacionais de negócios que já incorporam sistemas de matchmaking para facilitar reuniões entre participantes. O Web Summit, um dos maiores eventos de tecnologia do mundo, utiliza IA para conectar startups, investidores e empresas com base em interesses declarados e comportamento de navegação, resultando em milhares de encontros agendados e contratos fechados anualmente. No Brasil, iniciativas semelhantes também começam a ganhar espaço em setores como agronegócio, energia e saúde, onde feiras e comunidades digitais empregam

aplicações inteligentes que reduzem o tempo de busca por parceiros comerciais e aumentam a taxa de conversão de contatos em negócios efetivos.

O impacto desse modelo é mensurável em qualidade e sustentabilidade das relações estabelecidas. Relatórios da McKinsey apontam que conexões iniciadas a partir de mecanismos de inteligência de dados têm até 40% mais chances de resultar em contratos que perduram no médio prazo, uma vez que partem de afinidades mais consistentes. Para além, comunidades que adotam matchmaking estruturado conseguem reduzir a frustração de participantes que, em abordagens tradicionais, investem tempo em reuniões pouco produtivas.

Há, contudo, desafios a serem enfrentados. A proteção de dados sensíveis, a transparência nos algo-

ritmos e a necessidade de evitar vieses que possam privilegiar determinados perfis em detrimento de outros são aspectos centrais na evolução dessas ferramentas. Portanto, a implementação de modelos de governança digital e de práticas éticas no uso da inteligência artificial é fundamental para que o matchmaking mantenha sua credibilidade e proporcione benefícios de forma equilibrada dentro das comunidades. A curadoria humana continua sendo importante para complementar a análise algorítmica, garantindo que nuances culturais e contextuais, muitas vezes invisíveis aos sistemas automatizados, sejam consideradas.

Por fim, o futuro aponta para um modelo híbrido em que a tecnologia de matchmaking em comunidades corporativas se tornará cada vez mais sofisticada, integrada a recursos de realidade aumentada, metaverso e plataformas colaborativas que permitirão encontros ainda mais imersivos e personalizados. A tendência é que empresas invistam em sua construção e fortalecimento como parte estratégica de sua atuação no mercado, entendendo que cada conexão assertiva pode ser a semente de contratos valiosos e relações de longo prazo.

(*) CEO da comuh, empresa especializada na gestão de comunidades e ecossistemas de negócios.

Ouro em alta histórica

Investidores voltam os olhos para o ouro

O aumento de consultas sobre ouro entre os clientes da iHUB mostra que o investidor brasileiro também quer entender como o metal se encaixa na sua estratégia. Segundo Cunha, a procura tem caráter mais consultivo e tático, voltado à diversificação e estabilidade, e não a apostas especulativas.

"Com juros mais baixos e maior incerteza global, o ouro voltou a ser um excelente diversificador macro e cambial. Faz sentido aumentar a exposição quando o dólar perde força, os juros reais caem e a carteira está muito concentrada em ativos de risco", analisa.

Para os investidores locais, o câmbio é um componente decisivo. A valorização do dólar tende a ampliar os ganhos em reais, o que faz com que produtos sem hedge cambial, como a maioria dos ETFs brasileiros, capturem tanto o movimento do ouro quanto o do dólar. Já opções com hedge isolam o desempenho do metal, mas reduzem a volatilidade.

"Quem busca proteção total deve manter exposição ao ouro e ao dólar; quem quer uma exposição pura ao metal pode optar por veículos com hedge", orienta o especialista.

Quanto investir e como começar - O ouro continua sendo, segundo Cunha, um ativo de proteção e

diversificação, não de performance constante. Ele recomenda faixas de exposição proporcionais ao perfil de risco: 2% a 5% para conservadores, 5% a 10% para moderados e até 15% para investidores arrojados, sempre com acompanhamento próximo das condições macroeconômicas e da correlação com juros reais.

Para quem quer investir, os ETFs e BDRs de ouro são as opções mais acessíveis e eficientes. "São produtos que oferecem liquidez, praticidade e custos reduzidos. O ouro físico continua atraente para quem busca tangibilidade, mas traz despesas logísticas maiores. Já futuros e mineradoras são estratégias mais táticas e voláteis", diz Cunha.

Ouro pode ir além dos US\$ 5 mil? - Para o CEO da iHUB, um cenário de cortes agressivos de juros pelo Federal Reserve, aumento nas compras de bancos centrais e fragilidade persistente do dólar poderia levar o ouro a romper a barreira dos US\$ 5 mil por onça. "Se houver um evento de estresse financeiro ou uma escalada geopolítica relevante, esse movimento pode se acelerar", afirma.

Apesar disso, ele reforça que o metal não é um investimento para ganhos rápidos. "O ouro deve ser visto como um seguro contra a imprevisibilidade do mundo, um ativo que brilha mais quando o resto escurece", conclui.