

Prova social é o produto

O que o EUusey é, onde está o dinheiro e quais decisões precisam ser tomadas antes de qualquer linha de código.

43,5%	2,2%	92 × 12	5º
decidem a compra online pela avaliação de outro consumidor	decidem pelo influenciador — o formato que menos pesa	92% consultam avaliações, só 12% deixam uma espontaneamente	domínio mais citado no ChatGPT é uma plataforma de reviews (Trustpilot, jan/2026)

O modelo em quatro frentes

01 TESTAR Marca contrata o teste. Testador verificado usa o produto e avalia com vídeo e selo de amostra. Receita por avaliação	02 QUALIFICAR Índice público e auditável decide o selo: Testado, Recomendado, Referência. Renovação anual do selo	03 DISTRIBUIR Só vende quem usou; só entra produto qualificado. Divulgador ganha sobre venda. 10% sobre a venda	04 INTELIGÊNCIA Por que compra, por que devolve, e conteúdo citável pela busca por IA. Painel por assinatura
--	--	--	---

avaliação → reputação → venda → dado

ONDE O PROJETO ESTÁ	MERCADO QUE SUSTENTA A TESE
Estágio Ideia + landing page	Publicidade digital no Brasil, 2025 R\$ 42,7 bi
Modelo de receita Em aberto	Venda direta no Brasil, 2025 R\$ 50 bi
Foco declarado Horizontal amplo	Revendedores ativos ~3 mi
Banco de dados Estruturado (meuapp)	TikTok Shop BR, GMV em 12 meses 102×
Painel de operação Pronto	
Clientes pagantes 0	O ponto de ruptura. O valor do EUusey está inteiro na imparcialidade — e ela é destruída por uma única exceção aberta a uma marca pagante. Foi o caminho do Buscapé.
Testadores na base 0	

Doze pontos em aberto

AGORA decidir antes das entrevistas**ANTES DO PILOTO** decidir antes do 1º cliente**FASE 3** só após validar

01 Foco inicial

AGORA

Abrir todas as categorias ou começar por uma vertical?
Horizontal amplo · cunha vertical com arquitetura horizontal

Impacta: densidade da base, prazo até a 1ª campanha entregável, custo de aquisição

estratégia operação

02 Receita de entrada

AGORA

Qual receita valida o negócio primeiro?
Campanha paga pela marca · SaaS de reviews · grátis + afiliados

Impacta: fluxo de caixa, velocidade da validação, valuation futuro

receita caixa

03 Destino da avaliação

AGORA

Onde a avaliação pode ser publicada?
Site próprio, busca, redes · nunca listagem de marketplace

Impacta: a oferta comercial e o risco de banimento — Amazon e ML proíbem avaliação incentivada

jurídico oferta

04 Time e dedicação

AGORA

Quem faz o quê, e com quantas horas por semana?
Fundadora solo · sócio operacional · time mínimo

Impacta: velocidade dos 60 dias de validação e capacidade de entregar a 1ª campanha

execução

05 Suspensão do selo

ANTES DO PILOTO

Produto abaixo da nota sai do catálogo mesmo se a marca paga?

Automática, sem exceção · análise caso a caso

Impacta: credibilidade de todo o acervo, receita de curto prazo, cláusulas contratuais

credibilidade contrato

06 Avaliação negativa

ANTES DO PILOTO

A nota ruim é publicada?
Sempre · só após moderação · não publicar

Impacta: confiança do consumidor e atrito com a marca cliente

credibilidade comercial

07 Mecânica de incentivo

ANTES DO PILOTO

Amostra grátis ou cashback parcial?
Amostra · cashback parcial · teste A/B no piloto

Impacta: custo por avaliação, taxa de sumiço, viés na nota

unit economics operação

08 Transparência do índice

ANTES DO PILOTO

A fórmula do índice é pública?
Pública e versionada · fechada

Impacta: confiança e resistência à manipulação — índice opaco foi o que matou o Klout

credibilidade

09 Frente de IA e dados

ANTES DO PILOTO

Usar a busca por IA como argumento de venda desde já?
Já no primeiro pitch · só depois da base

Impacta: diferenciação, preço cobrado, narrativa com investidor

posicionamento receita

10 Segurança e LGPD

ANTES DO PILOTO

Quando fechar o acesso do banco com autenticação?
Antes do primeiro testador real · depois

Impacta: exposição legal com nome, WhatsApp e endereço de terceiros

jurídico tecnologia

11 Canal de divulgadores

FASE 3

Quando abrir a venda por divulgadores?
Agora · após piloto de canal · não abrir

Impacta: complexidade operacional, maior fonte potencial de receita, risco jurídico

receita operação

12 Enquadramento do divulgador

FASE 3

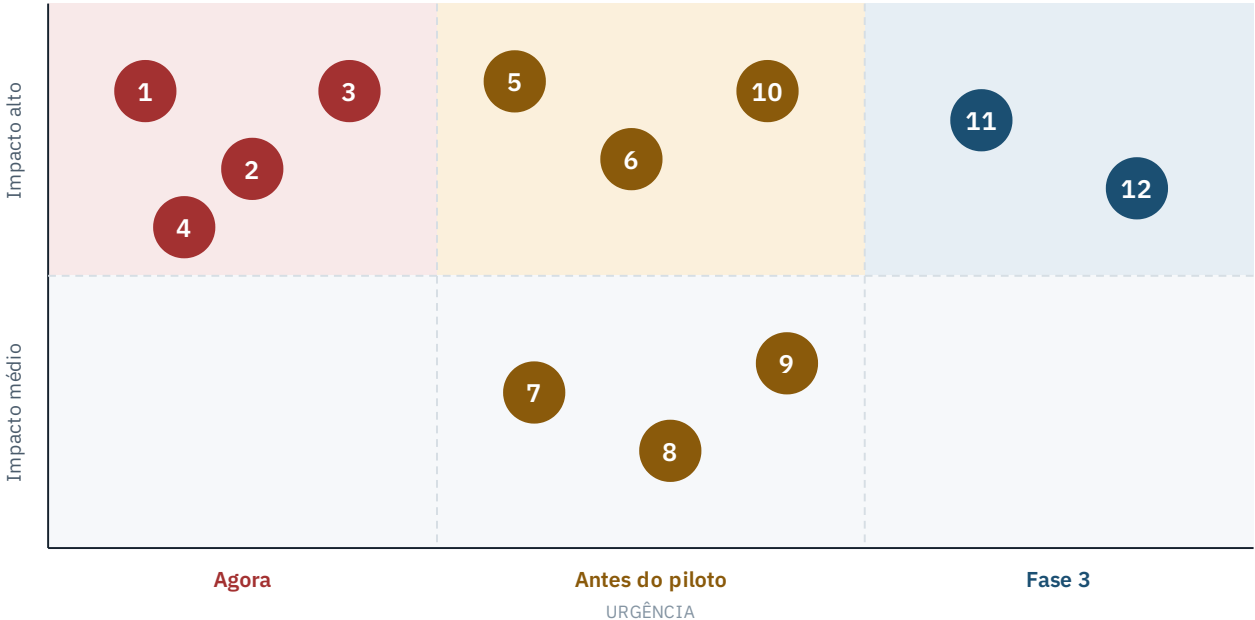
Afiliado digital ou representante comercial?
Afiliado com comissão · representante (Lei 4.886/65)

Impacta: registro no CORE, risco de vínculo trabalhista, desenho do contrato

jurídico

Matriz de impacto e urgência

O quadrante superior esquerdo é a pauta da primeira reunião. Os números correspondem aos cards da página anterior.



Critério de go / no-go

Avaliado no dia 60. Abaixo disso, o problema é a tese, não a execução.

Indicador	Alvo
Entrevistas realizadas	20
Cientes com sinal pago	≥ 2
Testadores que entregaram	≥ 50
Custo por avaliação	≤ R\$ 70
Taxa de sumiço	≤ 15%
Marcas que repetiriam	≥ 50%

Lições do benchmark

Case	O que ensina
Trustpilot	Assinatura e antifraude geram margem; IA já remunera review
Influenster	Comunidade sem distribuição termina vendida
Klout	Índice opaco morre no primeiro erro
Buscapé	Quem é pago por quem avalia perde o consumidor
Amazon 2016	Não depender de regra de plataforma alheia

Próximos 60 dias

Semanas 1–2

Vinte entrevistas com e-commerces que lançaram produto recentemente. Escutar, não vender.

Semanas 3–4

Oferta fechada com preço: 50 avaliações em 21 dias. Pedir sinal de 30%.

Semanas 5–8

Entregar no braço, sem plataforma. Medir sumiço, custo real e viés de nota.

Antes da reunião: formulário de visão

Cada responsável pelo projeto responde o questionário de visão de negócio, estruturado no Canvas e nos doze pontos acima. As respostas divergentes entre as pessoas viram a pauta da reunião — é ali que estão as premissas que ninguém discutiu em voz alta.