



BRUNO NARDON

KANUI

dafiti

Co-founder **Kanui**
ex-VP **Dafiti**



Co-founder & ex-CEO
da **Rappi Brasil**



+70 startups
investidas pelo fundo
Norte Ventures



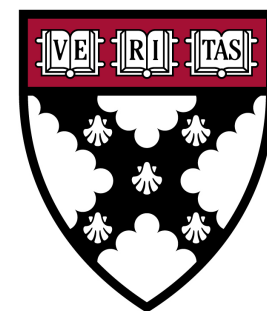
Founder & mentor do
G4 Educação (antigo
Gestão 4.0)
+200 turmas
+9.000 alunos presenciais
+45.000 alunos
+ 7.000 empresas



+250k
seguidores



+33k
seguidores



Harvard
Business
School

Estados Unidos



CENTRALE
NANTES

França



UNICAMP



Bruno Nardon é fundador e mentor do **G4 Educação** (antigo Gestão 4.0), startup de educação de negócios, co-fundador e ex-presidente da **Rappi Brasil**, uma das maiores startups de delivery do Brasil e co-fundador da Kanui, um e-commerce de produtos esportivos.

Considerado um expert em growth hacking, avaliando negócios de ponta a ponta para definir em quais alavancas de crescimento agir, Bruno Nardon também é investidor em **mais de 70 startups** através do fundo de venture capital **Norte**, do qual é sócio.

Atualmente, Nardon tem como propósito apoiar os gestores em suas jornadas para que, através da educação, suas empresas transformem a realidade econômica, social e cultural do país. A meta é gerar 1 milhão de empregos no Brasil – dos quais mais de 350.000 já são realidade.

Em 2017, Nardon trouxe a **Rappi** para o Brasil e a presidiu por 2 anos. A Rappi é o maior aplicativo de delivery on-demand e hiper-conveniência da América Latina.

Fundou a **Kanui.com.br**, e-commerce de moda, estilo de vida e produtos esportivos, fundada no fim de 2011. Levou a empresa do zero ao breakeven em apenas 2 anos e meio, e atuou na fusão da Kanui com a Dafiti em 2015, tornando este grupo o maior e-commerce de moda na América Latina.

Graduado em Engenharia Mecânica pela Unicamp, também possui duplo diploma pela Ecole Centrale, na França. Cursa o programa OPM (Owners/President Management) da **Harvard Business School**.





2.267 publicações 258 mil seguidores 1.636 seguindo

Bruno Nardon

bruno.nardon

Hoje:

👨‍👦‍👦 Pai

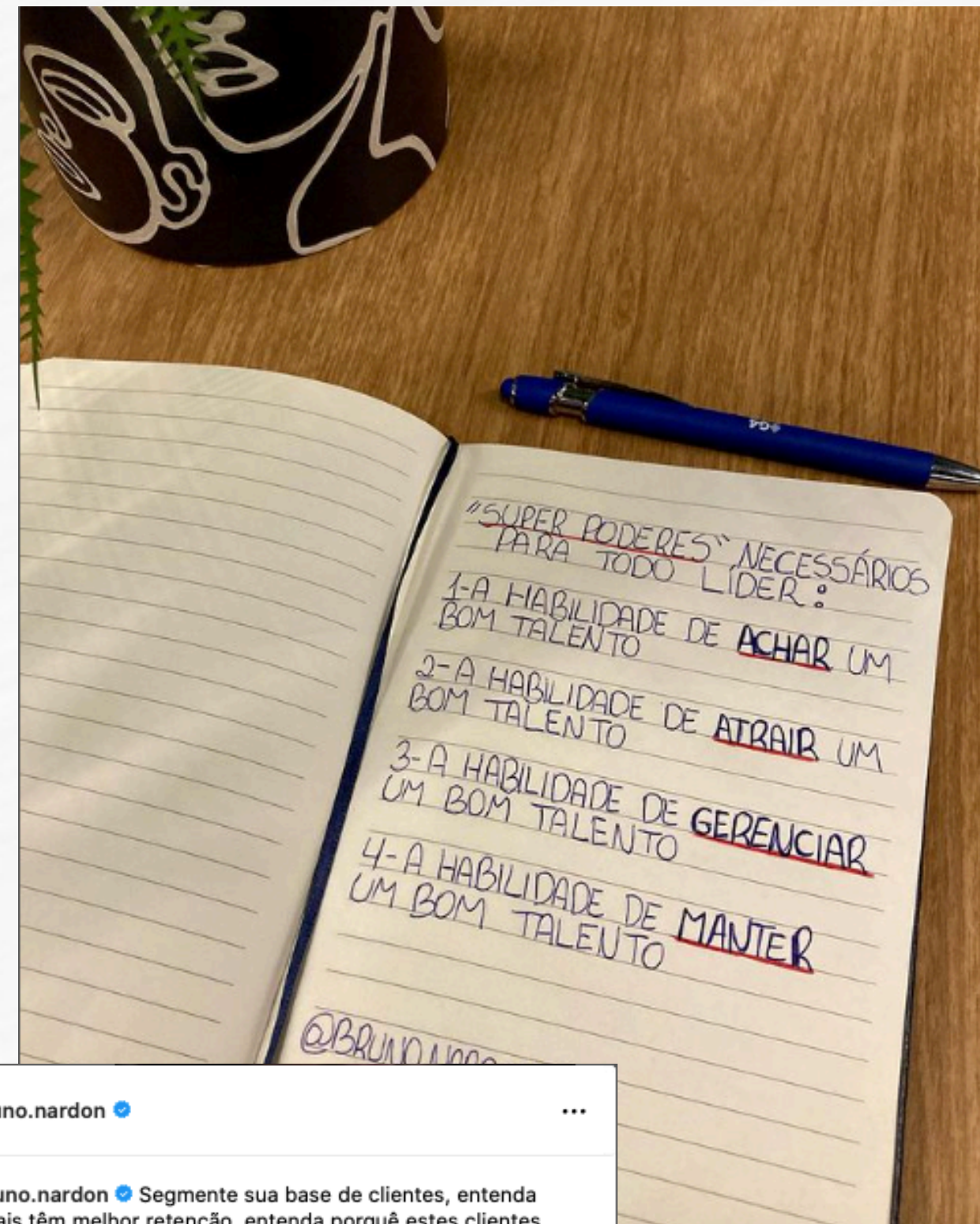
🚀 Fundador G4 Educação e Norte

Antes:

👨‍👦 Co-Fundador 🛵 Kanui e 🦄 Rappi Brasil

Ver tradução

g40.co/nardon-turma100-ge



bruno.nardon

bruno.nardon Sempre focamos na atração de bons talentos, mas e depois?

Também é função do líder cuidar, gerenciar, manter e procurar mais pessoas fora da curva. Mas ninguém conta o trabalho que isso dá e como é necessário estar constantemente de olho nesses pontos.

Esses tais "super poderes" (ou seja, você) precisam de atenção, manutenção e atualização para continuarem com sua potência em dia.

Muitos líderes exigem dos colaboradores constante aprimoramento, mas os mesmos não fazem nada para evoluir e dar suporte ao time.

Seu trabalho não é pensar em como vender mais ou ficar pensando estrategicamente. Seu papel, como líder, é se munir de boas ferramentas, conhecimento e metodologias para guiar o seu time. É aquela frase: "em caso de emergência, coloque a máscara de oxigênio primeiro em você". E por isso, você precisa estar constantemente se aprimorando.

Existem dezenas de livros e cursos que podem te ajudar, é fato. Mas a verdade é que achar um conhecimento que seja prático e rápido de ser aplicável, além de seguro, é muito difícil, e demanda um tempo que, muitas vezes, nós empresários não temos.



Manda 📌

Qual a melhor forma de reter meus clientes?

Segmentando eles. 📌

bruno.nardon

bruno.nardon Segmente sua base de clientes, entenda quais têm melhor retenção, entenda porquê estes clientes amam seu produto, replique isto para outras segmentações e foque em crescer as segmentações com melhor retenção.

Exemplo de segmentações: Mulheres e homens, idade, cidades, categorias de produto, desktop/mobile (ios/android), etc...

Alinhe sempre a expectativa com o cliente e entregue o que prometeu. Se prometeu entregar o produto em X tempo com qualidade Y, entregue exatamente isto. Se tiver algum problema, avise o cliente o mais rápido possível que o problema vai acontecer e diga o que esta fazendo para solucioná-lo.

É o famoso, básico bem feito que muitos esquecem ou subestimam.

Dedico uma aula durante a formação presencial Gestão e Estratégia para ensinar de forma mais profunda como realizar essa segmentação. Se você quer aprender mais sobre isso e tirar dúvidas pessoalmente comigo, além de aprender mais sobre gestão e vendas, clique no link da bio 2 sem Ver tradução

raunycoutinho 🍌🍌



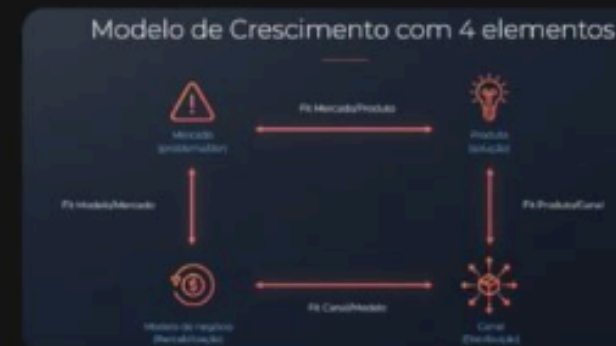
Curtido por zilli.luiz e outras pessoas 12 de dezembro de 2023

Adicione um comentário...

Publicar

Manda 📌

Qual a função da área de growth



A função de growth é entender este modelo acima e fazer a empresa ter fit entre estes 4 elementos

Muita gente, ERRONEAMENTE, acredita que a função de growth é cuidar apenas de Distribuição (Canais)

O papel de Growth é ter uma visão global das alavancas do negócio e conseguir adaptar cada um dos elementos acima (Dor, Solução, Distribuição, Rentabilização) para que a empresa cresça rapidamente e consistentemente, controlando retenção, CAC e LTV.

Explico todo esse conceito na formação presencial G4 Gestão e Estratégia.

bruno.nardon

bruno.nardon Vou deixar aqui quais são as perguntas e os pontos de atenção de cada um desses 4 pontos:

- Mercado: Onde competir?

Segmento de clientes: High <-> low / Nicho <-> Amplo / Regiões

Quem é realmente seu cliente?

- Modelo de negócio: Qual a sua estrutura de receita e custos?

Fontes de receita

Custos fixos e variáveis

Margem de contribuição

- Produto: Qual proposta de valor?

Solução/Produtos/Serviços

Ativos diferenciais de LP

Crerios importantes p/ clientes

Qual é realmente seu produto?



Curtido por mariotrentim e outras pessoas há 5 dias

Adicione um comentário...

Publicar

NEGÓCIOS

De imersão a SaaS: G4 Educação cresce 51% e chega aos R\$ 200 milhões de receita em 2023

exame.

Mais significativo do que a expansão de receitas tem sido a evolução do resultado operacional. Em 2023, a empresa teve um lucro de 43 milhões de reais, 115% acima do ano passado

A terça-feira, 19 de dezembro, foi um dia de muita comemoração no escritório do G4 Educação, na Vila Olímpia, zona oeste da capital paulista.

Naquele dia, um vídeo publicado nas redes sociais da empresa e na de alguns de seus executivos mostrou os funcionários comemorando o atingimento da meta de 200 milhões de reais em receitas em 2023 – 11 dias antes do fim do ano.

O resultado é 50% acima do ano anterior, quando a empresa faturou 132 milhões de reais.



A ciência dos negócios

Bruno Nardon

#129



Episódio 20

Bruno Nardon

Fundador – Gestão 4.0 e Rappi Brasil



LIVE Youtube e Instagram

TUTS

Bruno Nardon
Co-fundador Kanui e Rappi
Embaixador V4Company

Dener Lippert
CEO V4Company

GROWTH MARKETING:
COMO ESCALAR A SUA EMPRESA NA PRÁTICA

13 DE OUTUBRO
ÀS 7H44 DA MANHÃ

O início de um novo ciclo de inovação no Brasil

Engrenagem formada pela abertura dos IPOs dá início a uma nova fase para as Venture Capitals e completa os elos de investimento da jornada de uma startup, formando um fértil patamar para o ecossistema de inovação.

by **Bruno Nardon**

Agosto 6, 2021

O ciclo de IPOs de startups, iniciado recentemente e com continuidade em 2021, configura a abertura de uma nova fase no ecossistema brasileiro, onde cada elo do ciclo de investimento em startups está completo — contemplando todas as etapas da jornada de uma startup e permitindo a saída dos fundos independente do estágio em que esteja atuando.

Com isso, a liquidez está dando o tom do ecossistema, indicando que o mercado se retroalimenta com a sua atuação em cadeia de forma a desenvolver o ecossistema de inovação, inspirar novas pessoas a empreender por conta dos cases de sucesso, além de trazer otimismo para os investidores. É um universo viabilizado pelo ecossistema de empreendedorismo e, ao mesmo tempo, impulsionado pelos fundos de Venture Capital.

A construção do cenário atual só se fez possível por causa do amadurecimento dos empreendedores brasileiros e de suas equipes na última década, proporcionando resultados significativos para quem investiu anos atrás. Tal aspecto em adição à redução da taxa de juros básicos, atraíram investidores para mais exposição a risco e permitiram a abertura de capital, completando o último elo.

O que o crescimento da Disney pode nos ensinar sobre negócios

Fundada em 1923, a Disney consolidou-se como uma marca mundialmente icônica. Em 1967, um rascunho deixado por Walt Disney revela os pilares de crescimento da companhia, muitos, remanescentes até hoje. A história da empresa demonstra que decisões com foco no longo prazo e gestores alinhados com a cultura do fundador trouxeram mais resultados.

by **Bruno Nardon**

Março 8, 2021

O que é a Disney? É difícil defini-la. É um parque temático? Um estúdio de cinema? Ou uma fabricante de brinquedos?

Não há uma resposta única para explicar o que ela é, mas uma maneira abstrata de descrevê-la seria que é uma experiência. Aliás, a marca é um enorme conglomerado das maiores histórias de todos os tempos; cada passeio em um parque temático, cada brinquedo vendido, cada filme representa algo maior e este artigo é sobre os pilares que movem esta gigante.

Em 1967, apenas um ano após o falecimento de Walt Disney, foi publicado um rascunho feito pelo fundador, demonstrando como ele enxergava o negócio.



Gestão 4.0 das Empresas Inovadoras

Em sua palestra, Bruno Nardon abordará os principais pontos que compõem a Gestão 4.0. Foram essas premissas que já transformaram 7.000 empresas em 200 turmas do G4 Educação, gerando mais de 350.000 empregos até aqui.

Colocar o cliente no centro

Segmente e se adapte à jornada do seu cliente.

Tenha o time correto

Contratar, treinar, organizar e empoderar.

Alinhe a cultura

O segredo está na comunicação.

Escalar o negócio da maneira correta

Não tente escalar algo que você não sabe se vai dar certo.

Torne-se dispensável

O papel como líder é tornar-se dispensável.



Gabriela
fala@dmonkey.com.br