



# O segredo para vingar num mercado super concorrencial das agências digitais

Entrevista a

## João Fernandes

CEO da empresa Fucking Amazing

### AUTORES

José Agostinho Sousa Santos

Bruno Filipe Silva Lobo

ISCAC Coimbra Business School / Instituto Politécnico de Coimbra (Portugal)



**João Fernandes** é natural da Figueira da Foz, tem 36 anos e estudou Comunicações e Multimédia e Engenharia Informática na Universidade de Coimbra. É CEO da Fucking Amazing, empresa de Marketing Digital, e é ainda um apaixonado pelo seu trabalho, pela cozinha e gins.

Vários são os projetos em que tem estado envolvido. Em 2007 foi o ano em que começou o seu caminho na área do *design* gráfico e do *webdesign*, enquanto sócio da Five Pack Design. Em 2009 dá asas à Inovazi, uma empresa focada em *branding* e desenvolvimento *web* e *mobile*. A Inovazi trilhou um caminho de sucesso até 2016, ano em que os sócios decidiram separar-se e o João resolveu mudar o paradigma, criando a Fucking Amazing.

A **Fucking Amazing** surgiu em 2016 na cidade de Coimbra, pelo empreendedor João Fernandes, como um pequeno projeto mas com grandes ambições. Em 2017 dá os primeiros sinais de crescimento e muda-se para o Nest Collective.

Em 2018 fecha os seus primeiros clientes fora do país, mais propriamente nos EUA e começa a preparar uma fase de internacionalização. O crescimento da empresa e dos clientes obrigou recentemente ao reforço da equipa e a complementar-se com *know how* em áreas que ainda não tinha *expertise*.

Na Fucking Amazing a experiência e o *know how* são aliados à amizade, à entrega e à motivação depositada em cada desafio proposto pelos clientes, refletindo-se nos resultados alcançados. Definem-se como uma equipa composta por pessoas criativas, analíticas e estrategas com foco nos objetivos. Todos os elementos da equipa tem a mesma visão, descomplicam o que parece complicado e partem do princípio de que o marketing não tem tabus.

São uma agência de comunicação e marketing, que combina as ferramentas digitais com as tradicionais, com o objetivo de alavancar e potenciar os negócios dos clientes. Aliam as ferramentas *online* e *offline* para levar aos clientes o melhor dos dois mundos, sempre com foco nos resultados.

O digital é a «praia» desta equipa jovem e dinâmica, e como tal, andam sempre a «surfear» na crista das tendências. Transformam os objetivos de negócio dos clientes em estratégias de marketing *online* e *offline*, de forma personalizada e adaptada às necessidades e ao mercado.

A empresa é composta por uma equipa criativa, com várias valências nas áreas de Estratégia e Marketing Digital, Design & Branding, Desenvolvimento Web, Redes Sociais, Publicidade, Web Analytics, Multimédia, e que adora ser posta à prova com novos desafios.

João Fernandes é natural da Figueira da Foz, tem 36 anos e estudou Comunicações e Multimédia e Engenharia Informática na Universidade de Coimbra. É CEO da Fucking Amazing, empresa de Marketing Digital, e é ainda um apaixonado pelo seu trabalho, pela cozinha e gins.

Vários são os projetos em que tem estado envolvido. Em 2007 foi o ano em que começou o seu caminho na área do design gráfico e do *webdesign*, enquanto sócio da Five Pack Design. Em 2009 dá asas à Inovazi, uma empresa focada em *branding* e desenvolvimento *web* e *mobile*. A Inovazi trilhou um caminho de sucesso até 2016, ano em que os sócios decidiram separar-se e o João resolveu mudar o paradigma, criando a Fucking Amazing.

### Como surgiu a ideia da criação da empresa?

João Fernandes (JF): Não surgiu propriamente através de uma ideia. Surgiu de uma necessidade de mudar um pouco o rumo e de pôr em prática algumas ideias que eu tinha em mente. Na altura estava à frente da Inovazi, em conjunto com outro sócio (Rui Rosa). Esta era muito focada em *branding* e desenvolvimento *web*. Na Inovazi estávamos a trabalhar ao projeto pontual, isto é, o projeto terminava e tínhamos de procurar por novas leads, o que apresentava sempre um risco enorme e muito esforço.

O meu antigo sócio tinha outras ambições e teve uma proposta de trabalho numa agência em Lisboa, uma das maiores do país. Conversámos e decidi apostar em algo mais direcionado para o marketing digital e não tanto para o desenvolvimento *web*. Decidi abandonar um pouco a metodologia que praticávamos e avançar mais numa vertente de marketing digital, numa perspectiva de um projeto de continuidade e foi assim que surgiu a Fucking Amazing!

### Porquê o marketing?

O marketing surgiu por gosto pessoal. Já fazíamos muita coisa relacionada com marketing digital, mas não era o nosso *expertise*. Aquando da criação da Fucking Amazing, quis reposicionar-me na área do marketing digital em concreto, não deixando de executar certos trabalhos de desenvolvimento se os houver, claro, mas o foco não está nesta última vertente.

Foi uma mudança de paradigma. Decidi aproveitar a onda de mudança e criar uma empresa nova, mais dirigida para o marketing digital e para as atuais tendências de mercado, e parte da equipa que estava mais habituada a trabalhar nesta vertente do marketing acompanhou-me.

### Porquê o nome «Fucking Amazing»?

Não houve nenhuma razão específica. Foi simplesmente porque atuamos numa área altamente concorrencial, e como há neste momento um excesso nesta área, com cen-

tenas de agências, queríamos um nome que não fosse esquecido após a primeira impressão. É claro que sabíamos que o nome ia chocar muita gente e que ia gerar um pouco de controvérsia, mas isso acabou por ser um objetivo nosso, tínhamos de marcar uma posição imediata. Como procuramos clientes mais disruptivos e que queiram implementar processos de mudança, achámos que o próprio nome se adequava a esta visão.

### Quais os objetivos da Fucking Amazing como empresa?

Queremos ser uma empresa de referência na nossa área, principalmente na zona centro do país, ou melhor, isto foi o objetivo que estabelecemos quando iniciámos a empresa. Mas neste momento estamos a trabalhar muito mais com clientes de Lisboa, Porto e até alguns internacionais. Queríamos ser uma referência local mas o nosso trabalho foi sendo reconhecido pelo país, gerou *leads* noutras cidades e, neste momento, estamos a trabalhar com clientes nos EUA, Irlanda e Alemanha, por exemplo. Adaptámos o nosso objetivo, ambicionámos ir mais longe e o mercado ajudou.

### Como descreve o ambiente interno entre os vossos colaboradores?

Atualmente somos uma equipa constituída por cinco pessoas e o ambiente é super descontraído, como se fôssemos uma família. Não temos horários fixos e cada trabalhador faz o seu horário consoante a sua disponibilidade. Somos uma empresa orientada por objetivos, onde todos os colaboradores se conhecem e discutem ideias e soluções entre si. Esta filosofia insere-se, também, no próprio contexto do Nest Collective, espaço onde ficam as nossas instalações.

Trabalhamos como se fôssemos um grupo de amigos, somos muito unidos. Delineamos estratégias e objetivos e, por vezes, pensamos soluções para problemas que surgem, em conjunto. Acaba por ser um trabalho de equipa em todos os aspetos, até mesmo na gestão, isto é, apesar de ser eu o diretor da empresa e, teoricamente, eu é que tomo as decisões finais, acabamos por falar entre todos e geralmente há concordância total ou por maioria.

### Considera benéfico o facto da Fucking Amazing estar inserida na rede de empresas Nest Collective?

Sim, sem dúvida nenhuma. O Nest Collective é uma rede de empresas tecnológicas, onde todas elas são especialistas numa determinada área. Por vezes surgem casos em que tenho um projeto para realizar mas não tenho as con-

dições internas para o desenvolver na sua totalidade. No Nest consigo ir encontrar especialistas e montar uma equipa para esse projeto. Para além de todo o *Know-how* que podemos retirar de uma rede como o Nest, há ainda a vertente de entajada e como não podia deixar de ser, alguns momentos de lazer partilhados entre todas as empresas.

### **Sendo o principal objetivo das empresas satisfazer as necessidades dos clientes, como descreve o trabalho da Fucking Amazing neste sentido?**

Eu não vejo como principal objetivo da empresa satisfazer as necessidades dos clientes. Os clientes para nós são como parceiros. Se conseguirmos ajudá-los a crescer, nós iremos crescer com eles. Quando pensamos numa proposta, não estamos a apresentar um mero orçamento, mas sim uma proposta de valor na qual estudamos todos os aspetos que envolvem o negócio do cliente por forma a propor algo que o valorize e maximize a sua receita.

Sabemos que se fizermos um bom trabalho, posteriormente, isso refletir-se-á em nós. E é esta a nossa filosofia, acrescentar valor ao cliente, pois sabemos que se o cliente evoluir, nós também evoluímos.

### **O marketing digital é o futuro do marketing das empresas?**

O marketing digital veio revolucionar o marketing tradicional e está a sofrer um *hype* neste momento, mas de repente os empresários pensam que isso vem resolver todos os seus problemas de vendas. O marketing digital veio trazer muitos pontos positivos, tais como conhecermos melhor o nosso público, segmentar melhor os clientes e chegarmos até clientes que dificilmente chegaríamos de outra forma, mas não devemos deixar de lado o planeamento tradicional. Apesar do digital poder alavancar imenso as vendas de uma empresa, não devemos esquecer os canais tradicionais que durante centenas de anos deram resultados e ainda continuam a dar.

### **Qual a diferença, em termos de impacto, entre o marketing digital e outras formas tradicionais de marketing?**

Na minha opinião, o marketing digital aproxima-nos do consumidor final, o que tem pontos negativos e positivos. Por um lado, permite-nos interagir diretamente com os clientes, ter métricas em tempo real e com um nível de detalhe muito mais elevado do que o tradicional. No entanto, nem todos os pontos são positivos. As marcas fi-

cam muito mais expostas à opinião do cliente e qualquer erro pode ser o suficiente para deitar abaixo o trabalho que foi criar uma marca durante anos. Além disso, obriga-nos a interações muito mais ágeis, pois é necessário aproveitar todos os *timings*, para conseguirmos os melhores resultados.

### **Se tivesse que escolher um momento da sua vida desde que é CEO da Fucking Amazing, qual escolhia e porquê?**

Talvez o fecho de um grande cliente, com o qual estamos a trabalhar atualmente, a Hyline Building Systems, que é uma das melhores marcas mundiais ao nível de caixilharia. É uma empresa de topo na sua área e em que nos dá imenso prazer estar a trabalhar.

Escolhi este cliente como poderia ter escolhido outro. Gostamos de projetos que desafiem essencialmente a nossa criatividade e como adoramos o que fazemos, acaba por nunca se tornar um trabalho monótono.

### **Está feliz com o que conquistou?**

Sim, óbvio que sim. É claro que o objetivo é conseguir sempre mais mas, se olhar para o percurso feito ao longo destes dois anos, é desafiante conseguir prever o caminho para os próximos anos.

### **No futuro, o que é que gostaria de conquistar?**

Profissionalmente, gostava de ver a empresa estabelecida com um crescimento sustentável. É certo que, neste momento, estamos em crescimento, mas é um crescimento que não conseguimos controlar totalmente. A nível pessoal, os objetivos estão muito ligados aos objetivos da empresa, principalmente porque a Fucking Amazing é um projeto pessoal, o que não podia dizer quando criei a primeira empresa, a Five Pack Design, onde éramos cinco amigos.

### **Atualmente, tem outros projetos além da Fucking Amazing?**

Tenho, há sempre imensas ideias «na gaveta». Neste percurso tenho ganho alguns contactos que me permitem dar asas a outros projetos diferentes e que têm estado em espera.

Neste momento, estou a começar a profissionalizar um *hobby*. Estou a fazer preparação de um gin de salicórnica, um gin biológico, ainda não sei quando vai sair para o mercado, pois está em fase de desenvolvimento. Juntei uma coisa de que gosto, beber gin, com o prazer de o poder fabricar e ter uma marca própria. ▽