

Saiu do Google e abriu uma agência própria

Henrique Russowsky ingressou na gigante das buscas on-line em 2005. Hoje, sua empresa, a Jüssi, tem clientes como o site de compras coletivas Peixe Urbano

João Paulo Freitas
jpfreitas@brasileconomico.com.br

Trabalhar no Google é o sonho de muitos. O ambiente descontraído e inovador da empresa fez com que ela fosse diversas vezes apontada como uma das mais visadas por profissionais de diversas áreas e no mundo todo. No Brasil, o administrador de empresas Henrique Russowsky fez parte do seletor grupo que já integrou a equipe da gigante de buscas on-line.

No final de 2009, porém, ele decidiu deixar seu cobiçado posto e seguir um caminho próprio: pediu as contas e criou uma agência de marketing de intenção chamada Jüssi. Hoje, oito pessoas trabalham no empreendimento, pelo qual já passaram cerca de 40 clientes. Entre os atuais estão nomes como o site de compras coletivas Peixe Urbano, um dos mais recentes fenômenos da internet brasileira, e o portal Meu Carro Novo, da BV Financeira.

O empreendedor não informa o faturamento de sua empresa, mas diz que a decisão de deixar o Google se mostrou correta com o tempo. “Valeu a pena trocar a carreira corporativa pelo empreendedorismo, tanto em termos de realização profissional quanto os financeiros”, afirma.

Vaga pela internet

O ingresso de Russowsky no Google ocorreu em 2005, época em que ele estava no Estados Unidos e participava de um trabalho temporário na operadora de televisão a cabo Comcast, após ter concluído uma pós-graduação em marketing na Universidade da Califórnia em Berkeley. Um dia, recebeu de um amigo um convite para participar da rede social para profissionais LinkedIn, onde se depa-rou com um anúncio do Google, buscando 12 profissionais para atuar em São Paulo. Percebendo que a empresa pretendia abrir um escritório no Brasil, ele decidiu candidatar-se. No final do ano estava de volta ao Brasil, trabalhando na companhia.

Quando Russowsky ingressou no Google, para integrar a equipe de operações e vendas online, o escritório local contava com cerca de 10 pessoas. “Havia muitas iniciativas ocorrendo paralelamente às nossas atribuições principais. Como

Atualmente, oito pessoas trabalham na Jüssi, pela qual já passaram cerca de 40 clientes. Entre os nomes atuais estão o portal Meu Carro Novo, da BV Financeira

não havia nada pronto, era um trabalho bem empreendedor”, conta. Após dois anos e meio de empresa, Russowsky assumiu a gerência da área de relacionamento com agências.

No final de 2009, ele decidiu seguir um caminho próprio. “Tudo que a mídia publica a respeito da empresa é verdade. É muito legal trabalhar lá. Porém eu já havia passado por várias áreas e queria crescer, e estava muito focado no trabalho do dia a dia. Se você não toma cuidado, começa a criar raízes”, diz.

Quando tomou a decisão de sair do Google, Russowsky tinha definido qual seria seu próximo passo. Com o conhecimento acumulado poderia exercer a gestão de mídia online em alguma grande empresa. Mas ele logo percebeu que caso optasse por esse caminho em dois anos voltaria a se sentir insatisfeito.

Aos 29 anos, Russowsky decidiu reunir seu conhecimento sobre links patrocinados, a crescente demanda por esse tipo de serviço e seu relacionamento com diversas agências para criar uma especializada em marketing de intenção, que produz anúncios em sites como Google e Facebook. “Eu sabia que havia uma defasagem, com poucas agências capacitadas para fazer bem esse tipo de marketing”, diz.

Desafios

O hoje empreendedor conta que o começo foi empolgante, principalmente quando foi necessário criar a marca e projetar os desafios que estavam por vir. Porém, logo percebeu que a ansiedade relacionada ao negócio não seria irrelevante. “Você permanece no escritório sozinho, faz ligações e envia e-mails. Mas há um tempo de maturação até o mercado começar a confiar em você e o primeiro cliente surgir que é um período penoso”, relembra.

O primeiro cliente da Jüssi apareceu pouco antes do Carnaval do ano passado. “Olhando agora parece que foi rápido, mas na hora é demorado.” Superado o momento inicial de incerteza, a empresa prosperou. Em junho do mesmo ano, Russowsky fechou contrato com o site de compra coletiva Peixe Urbano, um sucesso de público e cuja divulgação ocorreu integralmente por meio da internet. ■

ATITUDE

1

Ambiente empreendedor

Segundo Russowsky, os primeiros anos do Google no Brasil foram estimulantes. “Naquela época, era motivador criar qualquer coisa.” Com o tempo, foi necessário estabelecer prioridades, o que acabou limitando o processo criativo da empresa. Russowsky diz, porém, que aprendeu muito com aquele ambiente.

2

Novas formas de marketing

Marketing de busca não é um termo adequado, diz o empreendedor. “A expressão dá ênfase às ferramentas em si. No marketing tradicional, olha-se muito para o público-alvo. Já no marketing de intenção, a segmentação é baseada na intenção das pessoas, naquilo que elas realmente procuram”, afirma.

3

Sem receio de enfrentar os riscos

Russowsky iniciou a Jüssi sozinho. Sua aposta era vender um serviço de nicho, o marketing de intenção, com mais qualidade. Como se trata de um serviço, os custos iniciais seriam baixos – sem necessidade de produzir nada. “Montei um escritório, fiz um cartão de visitas e fui bater perna, prospectar”, diz.