

ESTRATÉGIA · INOVAÇÃO · PROVOCAÇÃO

O concorrente provocou você. E agora?

Fui à Google Store de Santa Monica e encontrei uma pergunta pendurada na parede: "Can your iPhone do this?". Esta edição é sobre o que fazer — e o que não fazer — quando a cutucada chega para o **seu** negócio.

PROVOCAÇÃO

TERRENO

SILÊNCIO

MÉTODO

CAPÍTULO 1 • O CASO

A provocação virou arquitetura.

Na Google Store de Santa Monica, a cutucada não é um post: é **mobiliário**. Na parede, o tagline do Pixel — "Ask more of your phone" — e, logo abaixo, quatro aparelhos expostos sob a pergunta impressa: "Can your iPhone do this?".



REGISTRO DE CAMPO • DIRETO DA LOJA

Não é um surto, é um **sistema**: desde 2023, a campanha #BestPhonesForever soma mais de 30 filmes colocando Pixel contra iPhone — cronometrados para a semana de lançamento da Apple.

E a escalada chegou à manchete do **Wall Street Journal** — escrita por uma colunista que usa iPhone:

THE WALL STREET JOURNAL.

[SIGN IN](#)

TECHNOLOGY • PERSONAL TECHNOLOGY • NICOLE NGUYEN

Google Is Beating Apple on Smartphone AI

I'm an iPhone user. These are the smart tools I'm most jealous of in Google's new Pixel 10.

O SINAL

Quando a imprensa repete a tua provocação **de graça**, a campanha virou pauta.

FONTES: WSJ • MACRUMORS • 9TO5GOOGLE (2025-26) • FOTOS: ACERVO PRÓPRIO

CAPÍTULO 2 · O DUELO

Um grito em cores. O outro responde em silêncio.

GOOGLE · A DESAFIANTE

Ataca onde é mais forte: **IA**. Provocar é a arma de quem precisa **mudar o assunto** — se a conversa for design e ecossistema, a Apple ganha. Se for IA, a Google tem chance.

APPLE · A LÍDER

Quase silêncio — e é **cálculo**. Responder seria emprestar o palco. Enquanto isso, opera onde ninguém alcança: **marca, ecossistema, margem, fidelidade**.

E quando o provocado **é você?**

Três perguntas de planejamento antes de responder qualquer cutucada:

1 A provocação ataca uma **fraqueza real** — ou inventa uma?

2 Responder valoriza quem: **você ou o outro?**

3 Em que **terreno** essa briga acontece — no deles ou no seu?

A DECISÃO QUE É SUA

Quem provoca escolhe o terreno. Quem responde aceita a guerra do outro.

FECHO

Vantagem competitiva não se defende gritando. **Se defende operando.**

A pergunta certa não é se o iPhone faz. É por que a Google precisa perguntar.

Planejamento serve exatamente para isso: saber, **antes** da provocação chegar, quais brigas são suas e quais são isca. A Google e a Apple decidiram os seus terrenos há anos — por isso uma pode gritar e a outra pode calar. **E o seu, está decidido?**

**SPRINT ESTRATÉGICO · GRINBERG
CONSULTING**

Estressar o terreno do seu negócio —
marca, preço, diferenciação, resposta à
concorrência — **antes que o mercado faça
o teste por você.**

CONHECER O SPRINT →