



## Lucy Hitchcock

### LÍDER EMPRESARIAL

As marcas de consumo continuam a investir em alcance e a receber elogios. O verdadeiro desafio é transformar essa atenção em presença nas prateleiras, encomendas repetidas e credibilidade na categoria antes que o momento passe. A maioria das equipas de marketing consegue descrever o que funcionou no TikTok na semana passada; poucas conseguem explicar como construir um negócio de produtos que sobreviva ao pico de popularidade.

Lucy Hitchcock é uma empreendedora e especialista em marketing digital do Reino Unido que ajuda marcas de consumo a transformar a visibilidade orgânica nas redes sociais em distribuição no retalho e receitas sustentáveis.

## Biografia de Lucy Hitchcock em 2026

### Por que razão as organizações trabalham com a Lucy Hitchcock

- Ela já fez aquilo de que fala. A Partner in Wine passou de um projeto paralelo durante o confinamento a ter os seus produtos em lojas como a Selfridges, a Liberty London, a Oliver Bonas e a Urban Outfitters, com um vídeo no TikTok que gerou um aumento de vendas de 1.700% num único dia.
- Ela dirige a agência Sassy Digital, que apoia o manual de estratégias. As equipas de marketing obtêm uma visão prática do Shopify, do design de comércio eletrónico e dos vídeos de curta duração, e não uma abstração teórica dos mesmos.
- O seu reconhecimento é concreto e nomeado: Telegraph e NatWest 100 Female Entrepreneurs to Watch, além da inclusão na lista Year on TikTok 2021 do TikTok.
- É uma das poucas oradoras do Reino Unido capazes de explicar como um momento viral se converte numa reunião com um comprador na Selfridges e como são, na realidade, as operações por trás dessa conversão.

### Destaques da biografia

- Fundadora da Sassy Digital, uma agência de marketing digital e comércio eletrónico da Shopify e da Squarespace.
- Fundadora da Partner in Wine, com produtos disponíveis na Selfridges, Liberty London, Oliver Bonas e Urban Outfitters.
- Nomeada para a lista «100 Female Entrepreneurs to Watch» do Telegraph e do NatWest.
- Apresentada no «Year on TikTok 2021» do TikTok, na sequência de um

### DISPONÍVEL PARA

- Palestras

### TEMAS DE PALESTRAS DE LUCY

- Empreendedorismo
- Estratégia de Marca
- Experiência do cliente e marketing
- Inovação do Modelo de Negócios
- Transformação Digital
- Vendas e aquisição de clientes

### IDIOMAS: Inglês

vídeo viral de lançamento de produto.

- Apresentadora do The Winging It Podcast, um programa sobre negócios e empreendedorismo produzido pela Sassy Digital.
- Apresentada pela BBC News, Business Insider, Mail Online e The Sun com a sua história de crescimento empresarial.

## **Biografia**

Um copo de vinho quente num parque de Londres durante o confinamento é um ponto de partida improvável para uma marca de consumo que acaba nas prateleiras da Selfridges e da Liberty London. A Partner in Wine, a empresa de garrafas térmicas para vinho que Lucy Hitchcock lançou em 2020, percorreu esse caminho em dezoito meses. Um único vídeo no TikTok, em março de 2021, gerou meio milhão de visualizações em doze horas e um aumento de 1.700% nas vendas no mesmo dia.

A razão pela qual isto é importante para um público comercial não é a viralidade. É a conversão. A maioria das marcas que se tornam virais não acaba por ter uma reunião com um comprador numa loja emblemática; Hitchcock conseguiu, e depois repetiu o feito com a Oliver Bonas, a Urban Outfitters e a Liberty. O crescimento foi autofinanciado, gerido a partir da casa dos seus pais nos primeiros meses e apoiado pela agência que ela já tinha criado.

Essa agência é a Sassy Digital, que ela fundou aos 23 anos para ajudar pequenas empresas de consumo com branding, implementação de lojas no Shopify e design de comércio eletrónico. Trabalhar em ambos os lados da mesa, como fundadora e gestora da agência, dá-lhe uma perspetiva invulgar sobre onde as redes sociais de formato curto falham efetivamente para as marcas de produtos e onde as operações têm de acompanhar.

O reconhecimento seguiu-se ao trabalho. Hitchcock foi nomeada para a lista das 100 Mulheres Empreendedoras a Seguir do Telegraph e do NatWest, e a Partner in Wine foi destacada no «Year on TikTok 2021» da TikTok. Ela apresenta o podcast «The Winging It», onde entrevista outros fundadores sobre o que realmente fizeram, e não sobre o que gostariam de ter feito.

## **Principais temas de palestras**

- Construção de marcas diretas ao consumidor
- Redes sociais de formato curto e TikTok para o crescimento do produto
- Expansão do comércio eletrónico com recursos próprios
- Distribuição a retalho e conversão de compradores
- A trajetória das fundadoras
- Marketing digital para pequenas empresas

## **Ideal para**

- Fundadores e diretores de marketing de marcas de consumo e DTC
- Líderes de marketing responsáveis por redes sociais orgânicas e conteúdo
- Compradores de retalho e profissionais de merchandising que procuram marcas emergentes
- Programas de empreendedorismo e redes de fundadoras

## **Resultados para o público**

- Uma perspetiva prática de como um único conteúdo orgânico se traduz em distribuição no retalho.
- Lições operacionais específicas sobre como expandir uma marca de consumo criada com recursos próprios, desde o lançamento na mesa da cozinha até às prateleiras da Selfridges.
- Uma visão mais clara sobre o que realmente impulsiona o desempenho social de formato curto para um produto, em comparação com o que parece bem num slide.
- O relato de um fundador sobre os mecanismos pouco glamorosos por trás de um momento viral: stock, execução de encomendas, dinheiro, contacto com compradores.