

## Entrevista

### Transcrição

Continuando com a entrevista.

**Rafael:** As forças do Bytebank são bem interessantes, vou até fazer um [cadastro] quando sair. Agora, problemas e desafios que vocês enfrentaram até aqui...? Isto é importante porque me diz muito da história de vocês. O que vocês enfrentaram até o presente momento, com a marca?

**Vinícius:** Bom, no fim das contas, ainda somos um banco. É o tipo de negócio que envolve muita burocracia, muitos processos para fazer funcionar. Preparar todo o terreno até conseguir iniciar o trabalho leva tempo e muita dedicação. O nosso problema agora é criar uma identidade, fazer com que nosso serviço tenha uma cara que as pessoas possam olhar e se identificar. Ou se sentirem à vontade para confiarem no nosso serviço. Contratamos outro designer antes, só que ele ainda estava muito preso às ideias de banco tradicional. Ele não estava conseguindo trazer as nossas características para a questão visual. Porque somos uma nova plataforma e não podemos estar no mesmo grupo que os bancos tradicionais. Um produto e uma plataforma nova precisam de algo que evidencie isso como uma imagem. Um contexto que as pessoas possam olhar.

**Rafael:** Mais tecnológico... Tem a ver a coisa do "byte" com os oito sócios?

**Vinícius:** Sim, com certeza.

**Rafael:** Além da parte tecnológica.

**Vinícius:** Tem essas duas associações. Porque nosso serviço é um monte de 0 e 1.

**Rafael:** Informação binária.

**Vinícius:** Somos oito sócios, como oito bits que formam um byte. Achamos interessante agregar isso como nome da nossa empresa.

**Rafael:** Tem a ver com a imaterialidade, que vocês já tinham falado. É interessante, por ser 100% online... Imaginei, quando eu vi a comunicação de vocês. Já falamos sobre as dificuldades até aqui, mas o que você imagina em termos de dificuldade, daqui para frente?

**Vinícius:** Conquistar um público, consolidar uma base de clientes. Estamos começando o serviço agora. E preparar a nossa infraestrutura para receber uma grande quantidade de gente que vai aderir ao produto. Estamos oferecendo algo bom e útil, que tem muita gente interessada, precisando do serviço. Precisamos nos preparar para receber todos sem ter nenhum problema.

**Rafael:** De estrutura...

**Vinícius:** Tanto a parte interna quanto as nossas parcerias, tentamos estar preparados para receber todos.

**Rafael:** E daqui a 5 anos, onde a marca pretende estar? Onde vocês pretendem se posicionar, como você imagina a situação da marca? Qual projeção para daqui a 5 anos?

**Vinícius:** Queremos que a Bytebank esteja no topo de transações online, nacionais e internacionais, isso por meio da nossa estratégia de fazer parcerias com grandes varejos online, tanto do Brasil como de fora. Queremos muita gente aderindo aos serviços e defendendo o nosso jeito de trabalhar. É o que planejamos com maior afinco.

**Rafael:** Você fala em estar "na boca do povo", atingindo o grande público. Mas qual público exatamente vocês querem atingir?

**Vinícius:** Nós fizemos uma pesquisa, o público é jovem, de classe média, que quer cartão de crédito para comprar produtos de fora, online. É um mercado que está crescendo e muita gente já está crescendo dentro dele. [O público] já está bastante familiarizado com a ideia de compra online, queremos um serviço que facilite isso para a população. Não que a pessoa pense que precisa abrir uma conta no banco apenas para fazer a compra online nacional, enfrentar várias burocracias. Queremos um produto que supra esta necessidade, para que a pessoa não precise esperar muito para entrar neste mercado.

**Rafael:** Faixa etária... o que vocês estão pensando?

**Vinícius:** Imagino que de 20 a 30 anos, em média. Um pessoal que é jovem mas já tem sua autonomia financeira. Poder fazer suas compras sem depender muito de pai e mãe nessa fase da vida.

**Rafael:** Você quer localizar geograficamente este público? Algum lugar específico?

**Vinícius:** Não temos um lugar específico, mas sabemos que a maior parte da população será de grandes centros urbanos. Uma classe média que está em contato com a tecnologia, com tudo o que tem de novo.

**Rafael:** Com o ritmo da cidade...

**Vinícius:** Sim, com velocidade, agilidade nas coisas. Pessoas mais das metrópoles, mesmo...

**Rafael:** (confirmando dados) De 21 a 30 anos... Você falou dos parceiros na pergunta anterior, dizendo que quer ampliá-los, e falou do varejo online. Você nem precisa mencioná-los, mas quem são esses parceiros do Bytebank? Quem são essas empresas?

**Vinícius:** Nós já temos parceria com uma assessoria de logística e de despacho, e trabalharemos com a questão de compra online, então é algo necessário. Queremos parceria com programas de milhagem, para trabalhar com viagens. Mas em questão de loja, já estamos firmando uma parceira com um comércio de livros bem grande, e pretendemos fazer parcerias e promoções em colaboração com outras lojas.

**Rafael:** Falamos sobre os parceiros, que são outros varejos online, aumentando a facilidade na compra, fazendo promoções. Você adiantou umas das minhas perguntas. Tem alguma marca que seja parâmetro para o Bytebank no mercado que vocês olhem e digam "eles trabalharam como gostamos de trabalhar", por mais que existam diferenças? Qual é a marca parâmetro para o Bytebank?

**Vinícius:** Com certeza, uma marca grande é a Nubank, que trouxe um serviço revolucionário para o nosso conceito de banco. Nos inspiramos na questão da comunicação e na facilidade do serviço online, ainda que o nosso produto seja diferente. O nosso produto é mais específico, com um nicho mais definido, voltado para as compras online, internacionais. Tanto que nossos benefícios, seguros, são voltados para isso.

**Rafael:** Então, um parâmetro é a Nubank. Apesar de ser um parâmetro, de certa forma, é uma concorrência. Quem são os outros concorrentes no mercado?

**Vinícius:** Continuamos concorrendo com os bancos tradicionais, isso é algo que continuará por um tempo, e alguns outros serviços como o PagSeguro, além de outros serviços de pagamento para compra online que já estão há um bom tempo no mercado, consolidados. Concorrendo especificamente, tem o mercado dos cartões pré-pagos. Você pega o cartão, coloca uma quantia X e pode usá-lo na função crédito. Não é possível parcelar contas por meio dele, mas tem seus benefícios também.

**Rafael:** É um híbrido...

**Vinícius:** É um híbrido de débito e crédito. Existem peculiaridades interessantes sobre como ele funciona.

**Rafael:** No caso do Bytebank, eles parcelam?

**Vinícius:** Tem todas as funções que você precisa de um cartão de crédito.