

## Análise de Concorrência

### Transcrição

Fizemos nosso **briefing**, um documento que sintetiza tudo o que é mais relevante para o cliente. Temos informações que nos servem como uma rápida referência para os momentos de dúvida. Desta forma, não precisaremos ouvir todo o áudio da conversa gravada ou consultar as anotações.

Dois pontos ficaram pendentes de uma maior pesquisa; junto ao cliente, não abordamos com profundidade sobre a concorrência ou parceiros. Foi citada alguma concorrência, como o Nubank, cartões pré-pagos da Visa e do Mastercard.

Vamos analisar o site do [Nubank](https://www.nubank.com.br/) (<https://www.nubank.com.br/>), que já na página inicial promete inovação e demonstra ser digital. Ele apresenta o app, fala do fim da complexidade, mostra os gastos em tempo real. Dos pontos fortes, falam sobre "a proteção a um toque", "mais transparência" (um ponto em comum apontado pelo sócio do Bytebank) e "sem papel", entrando também na imaterialidade.

Além disso, o site ressalta o atendimento integral e o conceito de autonomia e planejamento - características do Bytebank também. Um diferencial é a anuidade com o valor 0. No fim da página, podemos solicitar o convite, um ponto onde os usuários têm problemas. Às vezes o pedido não é aceito imediatamente. Em "saiba mais" podemos entender melhor como ocorre a comunicação, e como funciona o produto do concorrente.

Outra empresa cujo site analisaremos é a [Acesso](https://www.acessocard.com.br/) (<https://www.acessocard.com.br/>), também Mastercard e internacional, disponível em pontos bem acessíveis, como supermercados, por exemplo. É possível consultar seu extrato pela internet, e seu site informa que, dentre os benefícios está a conta sem banco, compras na internet, mesada, despesas domésticas e compras internacionais - mas sem um grande foco neste último.

Eles são mais versáteis, o que não deixa de ser uma especialização. Às vezes, queremos um produto que sirva apenas para determinado fim e que será usado para ficar separado dos outros, só para compras internacionais, por exemplo. A empresa quer se comunicar com pessoas de todas as faixas etárias, de idosos a jovens. O posicionamento parece ser um pouco diferente. Vamos conhecendo melhor os nossos concorrentes.

A seguir veremos o site do [PayPal](https://www.paypal.com/br/webapps/mpp/home) (<https://www.paypal.com/br/webapps/mpp/home>), que não é um concorrente direto pois ele não possui um produto como um cartão. No site, são apontadas algumas vantagens, a facilidade para a criação da conta, mas você vai precisar ter um cartão de crédito. Uma proteção ponta a ponta é oferecida, proposta semelhante a do Bytebank, com proteção de 180 dias para recuperar o pagamento. A empresa também fala em oferecer tranquilidade ao cliente, outro ponto destacado pelo sócio do Bytebank. Nossa cliente traz algumas das melhores features em um único produto.

Encontramos um pouco de Bytebank no Nubank, no Acesso e no PayPal.

Analisaremos o site do parceiro [Clearsale](https://br.clear.sale/) (<https://br.clear.sale/>), uma empresa de operações financeiras. Sua página nos informa sobre cinco benefícios tangíveis: redução de fraude e da inadimplência; aumento nas vendas com qualidade; aumento na recuperação; diminuição de custos operacionais, e redução de perdas por processos judiciais.

Outro site, [Porto Seguro Transportes](https://www.portoseguro.com.br/seguros/seguro-para-seus-negocios/transportes) (<https://www.portoseguro.com.br/seguros/seguro-para-seus-negocios/transportes>), possui seguros nas modalidades nacional e internacional, facilidades online. Dentre os benefícios, há desconto com despachantes, serviços de rastreamento. É uma empresa que cuida de logística, trazendo isto ao Bytebank, que também depende desses serviços. De alguma forma, isso nos informa sobre a posição de mercado em que a empresa vai batalhar.

Já temos uma boa noção com essa pesquisa, e montei uma lista com links dos parceiros, que está disponível no [material do curso](https://cursos.alura.com.br/course/identidade-visual-parte-1-do-briefing-ate-um-logo-no-illustrator/task/29111) (<https://cursos.alura.com.br/course/identidade-visual-parte-1-do-briefing-ate-um-logo-no-illustrator/task/29111>). Nele,

você encontrará a empresa [Ebanx](https://www.ebanx.com/br/ebanx-dollar-card) (<https://www.ebanx.com/br/ebanx-dollar-card>), cujo diferencial é converter o valor para dólares, além de ser recarregável com um boleto, oferecendo a transição para dólar no mesmo momento em que o pagamento é realizado, sem complicações com câmbio. O Ebanx tem vários parceiros como o AliExpress, AirBnB e Spotify. A empresa também possui alguns diferenciais do Bytebank, portanto é um concorrente forte.

Fiz essa pesquisa e disponibilizei uma lista com os concorrentes, você pode fazer o mesmo, identificando os outros. Além disso, temos alguns parceiros listados como Walmart, para identificarmos como funciona o varejo. Talvez seja interessante efetuar uma compra para isso, pois trará um conhecimento melhor sobre a marca no ponto que ficou faltando. Além de entendermos quem é o Bytebank, veremos o mercado em que ele se situa.

Agora já podemos voltar a rabiscar. Imagino que você também já esteja com muitas ideias na cabeça. É importante não parar de trabalhar com isso e guardar as alternativas criadas.