

## 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. Nosso 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,

you will find the company [Ebanx](https://www.ebanx.com/br/ebanx-dollar-card) (<https://www.ebanx.com/br/ebanx-dollar-card>), whose differential is to convert the value to dollars, in addition to being rechargeable with a boleto, offering the transition to dollar at the same moment when the payment is made, without complications with exchange. Ebanx has several partners like AliExpress, AirBnB and Spotify. The company also has some differentials from Bytebank, so it is a strong competitor.

I did this research and I made a list with the competitors, you can do the same, identifying the others. Besides that, we have some partners listed like Walmart, to identify how the retail works. Maybe it is interesting to make a purchase for this, as it will bring a better knowledge about the brand at the point that was missing. Besides understanding who is Bytebank, we will see the market in which it is situated.

Now we can go back to searching. I imagine that you also already have many ideas in your head. It is important not to stop working with this and saving the alternatives created.