

03

## Time, mercado, marketing e vendas

### Transcrição

A terceira parte do plano de negócio é falar do **time**. Explicaremos por que os dois fundadores - juntamente com as outras seis pessoas - são as pessoas certas para fazer o negócio dar certo.

#### Quem são os fundadores?

Dois fundadores com muita experiência no setor bancário. (Incluir Bio Completa)

#### Criticidade de cada um para o sucesso

Fundador A (atendimento, 8 anos comercial); Fundador B (tecnologia e networking)

#### Divisão de responsabilidades

Fundador A (CEO e comercial, marketing e atendimento)

Fundador B (CTO produto, tecnologia e regulamentação)

Vamos incluir a biografia com as respectivas trajetórias, experiências, explicar o que eles têm de especial para fazer a oportunidade de negócio funcionar. Abordaremos também a criticidade de cada um deles, por exemplo, o fundador A tem experiência com atendimento, enquanto o fundador B tem muito conhecimento de tecnologia e o networking necessário.

Apresentaremos a divisão das responsabilidades, um dos fundadores será o CEO (*Chief Executive Officer*, ou "diretor executivo", em português) e estará mais próximo do time do comercial, de Marketing e atendimento; enquanto o outro fundador será o CTO (*Chief Technology Officer*, ou "diretor técnico", em português) e estará atuando mais próximo do produto.

A seguir falaremos um pouco mais sobre mercado. Temos que identificar o tamanho do mercado em que o ByteBank está inserido.

Temos mais de 30 milhões de jovens com o perfil que definimos para ter um cartão de crédito como nosso.

#### Tamanho mercado

São mais de 30 milhões de jovens brasileiros são clientes em potencial

#### Potencial de Crescimento

Projetamos conquistar 1 milhão de usuário no primeiro ano em SP e RJ

Obviamente, não basta contarmos qual é o potencial de crescimento, temos que apresentar como pretendemos fazer isso. No seu plano de negócio, a estratégia precisa estar mais detalhada.

No caso, todos os bancos são concorrentes, mas nenhum deles trabalha no mesmo modelo do ByteBank. Nós estamos trabalhando com um modelo inovador, mas é possível prever que vão ter novas empresas semelhantes no mercado.

### Concorrentes

Todos os bancos. No mesmo modelo ainda nenhum, mas prevemos que novos entrantes.

### Ponto Fortes e Fracos

Muitos consumidores insatisfeitos com Status Quo.

Bancos são fortes e o mercado está consolidado.

Todos os bancos são nossos concorrentes, porém, ainda não existe nenhum com o mesmo modelo. Prevemos que haverão entrantes. Quando nosso produto entrar e for bem aceito no mercado, outras empresas vão começar a concorrer com o ByteBank. Temos que pensar qual será a estratégia para estar sempre à frente dos entrantes que copiarão o nosso modelo.

Como será feita a promoção do ByteBank? Viralizando, a pessoa que criar uma conta, receberá um número de convites para enviar para os amigos. Usaremos mídia de meios de transporte também, além das mídias sociais.

### Como promover?

Viralização, Mídia de Meios de Transportes, Mídias Sociais.

### Como distribuir?

App Store, Play Store, Correios (Cartão Físico)

### Como precificar? (segmento, plano, por...)

Começaremos com um plano único para todos os clientes.

Por enquanto, trabalharemos com um único plano, no qual não será cobrada a anuidade dos clientes. Cobraremos apenas os juros rotativos e as taxas do varejo.

O próximo passo será definir como vamos **organizar** as equipes, além do time fundador, para tornarmos nosso plano realidade. Pensaremos, primeiramente, nos seis membros que estamos trazendo na estruturação da organização.

### Formação de times

Seis primeiros Heads com experiência no setor bancário nas seguintes áreas: Comercial & Marketing, RH, Compliance, Financeiro, Atendimento e Tecnologia.

### **Plano de contratação**

Cultura excepcional; Salários 30% acima do mercado.

### **Terceirização**

Agências de Publicidade, Head Hunters, Espaço de CoWorking

**Parceiros**< e-commerces oferecem desconto ao se pagar com Bytebank

### **Canais de Vendas**

Aplicativo, Telefone, Bot

Trabalharemos com salário 30% acima do mercado porque acreditamos que ao atrairmos os melhores talentos teremos mais chance de sucesso. Também especificaremos quais áreas serão terceirizadas, incluindo o espaço físico. Nós vamos evitar alugar um espaço físico, nós usaremos um Espaço de CoWorking para diminuir os gastos fixos iniciais.

Precisaremos também de algumas parcerias para alavancar o negócio. Nós já apresentamos alguns mais importantes no modelo de negócio, como a Visa e o Mastercard. Mas por questões estratégicas, buscaremos parcerias com e-commerce, que vão oferecer descontos diferenciais incentivando os clientes a comprarem com nosso cartão.

Com canais de vendas usaremos o próprio aplicativo, que os clientes vão precisar baixar quando receberem o convite de um amigo. Também trabalharemos com telefone, bot, messenger. Detalharemos todos os aspectos de organização.