

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.