

#QueroSerGuia

Estratégia de Conteúdo

don.

 Guiabolso

Parte 1

Público





Público-alvo

Pessoas de 22 a 50 anos, com uma estimativa salarial entre **R\$ 3.000 e R\$ 20.000**.

Gostam de cuidar do seu dinheiro e estão engajadas com ferramentas tecnológicas que facilitam o acesso às informações (como aplicativos de finanças e o próprio do banco).

Viajam pro exterior pelo menos uma vez ao ano, a turismo e/ou a trabalho.

Fazem **compras no crédito** para utilizar os **pontos em passagens aéreas** ou outros produtos vantajosos.

Valorizam serviços que fazem o seu dinheiro render; **gastar menos com tarifas e juros** é sempre a melhor opção!

Buscam uma nova alternativa, fora do atendimento cansado dos bancos tradicionais. Afinal, é um público que saiu do bancão e está aprendendo a digitalizar os serviços.

Produtos

Fintech

Serviço **100% gratuito e on-line**

Sem anuidade

Programa de pontos **gera 30% a mais**

Pontos que pagam contas

Seguro cobre **viagens internacionais**

Cartão oferece Wi-Fi em mais de **100 países**

Parceria com a rede Selina (50% OFF)

Programa de pontos: **R\$ 30/mês**

Saques (até R\$ 25 cada) em ATM

Seguro obrigatório **(R\$ 10/mês)**

Banco

Programa de **pontos gratuito**

Saques gratuitos na rede própria e ATM

Seguro **não obrigatório**

App, web, lojas físicas, redes sociais e telefones

Categoria PLATINUM

Wi-Fi em mais de 100 países

Desconto de **20% no acesso em salas VIP**

Pontuação dobrada em passagens aéreas int.

Parcerias com restaurantes em todo o mundo

Sem parceria com redes de hotéis

Cobra **anuidade**

Sem prioridade de reservas



Personas

Fintech



Pietro ama tecnologia. Ele mora sozinho e está equipando o seu apê finalmente do jeito que quer (fã da Alexa!), com a grana que ele está recebendo depois da promoção no trampo. Ele dá prioridade aos restaurantes que aceitam PicPay (cashback é vida) e dá muito valor aos serviços bons e baratos (alô, Nubank?). Viaja uma vez por ano e pra isso faz todo um planejamento pra não exceder os limites. Compra tudo no crédito pra acumular pontos e pagar umas contas extras (inclusive faz um tempão que não usa dinheiro em espécie).

Por não gostar muito de falar ao telefone (nem ouse mandar um áudio com mais de 1 min), poder resolver pepinos direto no aplicativo é essencial.

Personas

Banco



Bárbara está no auge da sua carreira. Líder em uma multinacional, viaja bastante (pelo menos uma vez ao mês) a trabalho, buscando novas soluções pro negócio. Por não ter uma rotina tão previsível, é sempre bom poder contar com diversas formas de suporte no seu banco (afinal, hoje ela tá em São Paulo e amanhã pode estar em Madri!). Inclusive, todo tempo ocioso (tipo esperar no aeroporto) é valioso pra aprovar um novo projeto na sua área. Ela assina o serviço da Bancorbrás que dá a possibilidade de reservar hotéis 5 estrelas muito mais em conta, então prefere usar os benefícios do cartão de crédito pra outras vantagens, como descontos em restaurantes (que inclusive ela ama) e pra trocar por passagens aéreas.

No Guiabolso... Fintech



Pietro é aquela pessoa que odeia ver a parte "Impostos" no gráfico dos gastos do mês. Se recusa a pagar anuidade no cartão de crédito, tendo em vista tantas opções de serviços ótimos e baratos. Se tem uma coisa que tem pavor é do gerente do bancão ligando pra oferecer um benefício. Já é difícil atender às ligações, quem dirá aceitar proposta do Sidnelson? Pra ele, o suficiente é cumprir o planejamento do Guiabolso que faz todo santo mês, e aí sim ele pode se recompensar com uma ida ao restaurante preferido (que é bem caro, mas tem PicPay).

Uma coisa que o deixa feliz? Entrar no app e ver que sua saúde financeira tá chegando nos 700 pontos!



No Guiabolso...

Banco



Bárbara gira bastante dinheiro, então o Guiabolso trabalha bastante pra atualizar todas as infos. Mesmo sendo muito atarefada (trabalho, pilates, família...), sempre dá um jeitinho de conferir se o planejamento do mês está indo bem.

De vez em quando ela dá uma assustada quando vê a parte "viagens" do gráfico bombando, mas nada que a desespere. Afinal, sempre usa os benefícios do seu cartão de crédito, que a fazem gastar muito menos do que o convencional.

Se tem uma coisa que ela ama no Guiabolso é poder ver o quanto economizou pra cumprir a próxima meta.



Resumão

Público Fintech

Viajam a turismo **anualmente**

Raramente usam dinheiro em espécie, então sacam praticamente só pra poder pagar o pedágio da trip no final de semana

Quando viajam, dão **preferência pra hostels ou hotéis** que são mais descolados (nada de luxo)

Utilizam os pontos do cartão para fazer seu dinheiro render: seja pra pagar contas, pra trocar por corridas no Uber ou pra adquirir produtos que já paqueram há um tempo

Público Banco

Viajam **mais a trabalho** do que a turismo

Costumam sempre ter uma grana na carteira em caso de emergência (sacam bastante)

Por estarem cada semana em um lugar, contam muito com suportes flexíveis (**quando surge um pepino, pegam o telefone e resolvem na hora**)

Não se importam **em pagar um pouquinho mais de taxa** se o serviço bancário vale a pena

Utilizam muito os **benefícios do cartão em suas viagens**

O que os une

Ambos valorizam muito o dinheiro e acreditam que ele é um atalho pra realização dos seus sonhos e objetivos. **Valorizam serviços que são práticos;** não têm tempo pra jogar fora. Quanto mais digital, melhor. O mundo está em suas mãos (onde o celular não sai). Viva à tecnologia!

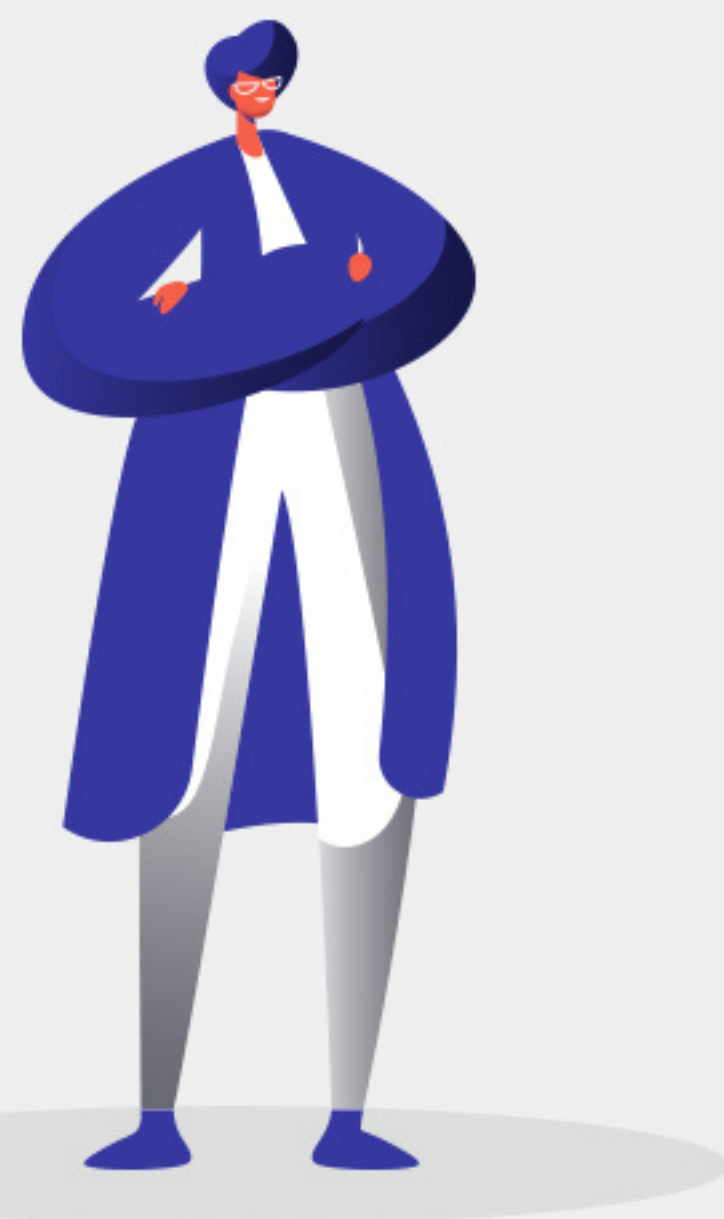


Parte II

Mercado



Benchmark



Fintech

- Nubank
- Inter
- C6 Bank
- Neon

Banco

- Itaú
- Caixa
- Santander
- Banco do Brasil

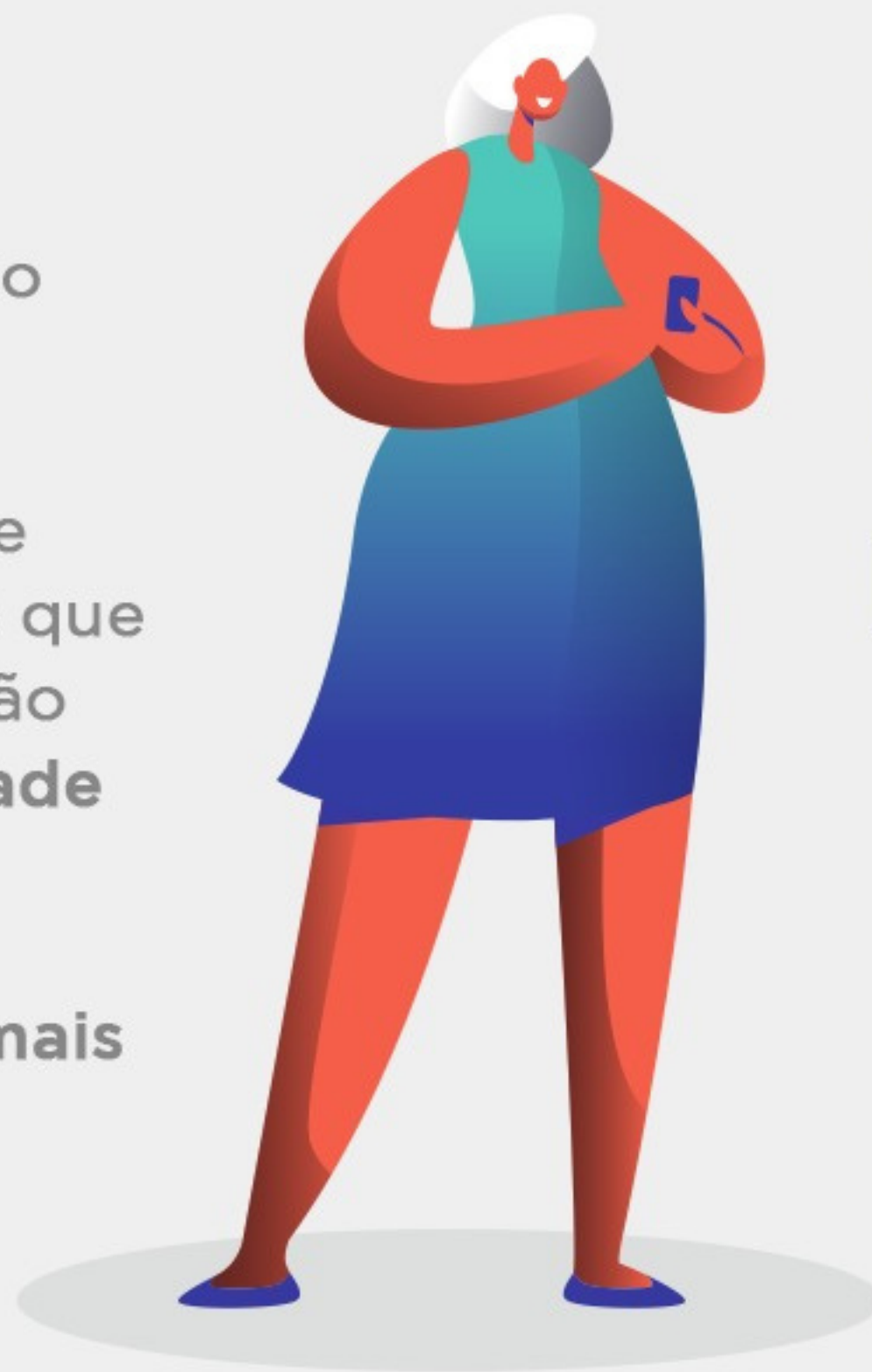


Escolhi os oito com base em uma pesquisa feita pelo Opinion Box (maio de 2019), com 2 mil internautas de todos os estados brasileiros.

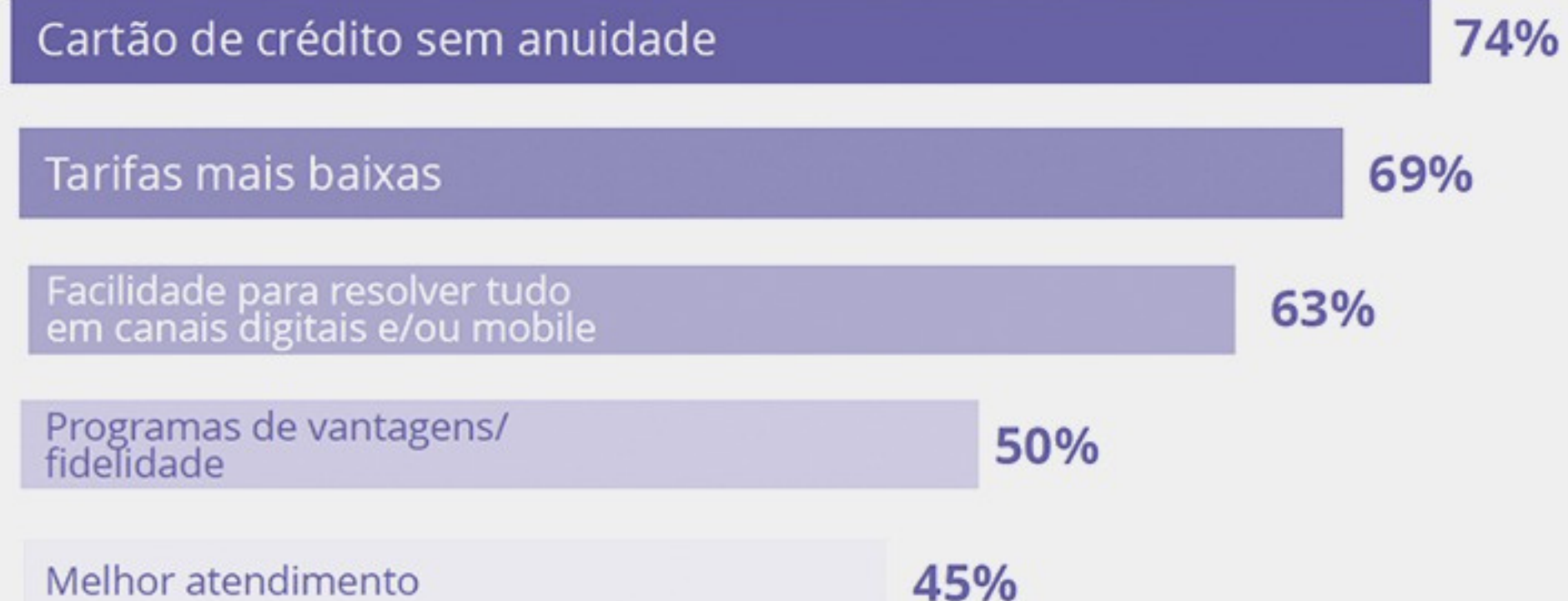


Principais insights da pesquisa

- Apenas 2 em cada 10 entrevistados admitem que é provável mudar de banco nos próximos 12 meses.
- Independentemente de ter intenção de troca ou não, os dois principais motivos que levariam um cliente a trocar de banco são relacionados a custo: **cartão sem anuidade e tarifas mais baixas**.
- **Aplicativo é o canal de atendimento mais utilizado**, superando caixas eletrônicos e agências bancárias.



Fatores que os fariam mudar de banco



Características	Nubank	Inter	C6 Bank	Neon
Plataformas	Aplicativo e Internet Banking	Aplicativo e Internet Banking	Aplicativo	Aplicativo
Reclame Aqui	7.3	7.9	8.0	-
Anuidade	Zero	Zero	Zero. Carbon R\$ 85/mês Átomos (só pra quem tem C6 Carbon)	Zero
Programa de pontos	Rewards (R\$ 19/mês), R\$ 1 = 1 ponto que não expira	Cashback em lojas parceiras pelo Super App	Sim	Neon+ (transferências e boletos ilimitados, usando o cartão 10x/mês)
Saque gratuito (só no ATM)	Não (R\$ 6,50)	Sim	Sim	1 grátis no mês, o restante R\$ 6,90
Benefícios e/ou Parceiros	Smiles (transf. de pontos), restaurantes, Netflix, iFood, Uber, passagens aéreas, hotéis etc.	Americanas, Netshoes, Aliexpress, Natura, Droga Raia, Centauro, Nike, Submarino, Ponto Frio etc.	Carbon: Compras e Saques no Exterior (Crédito), Compra protegida, Salas VIP em aeroportos, Consultor de Viagens, Isenção de Rolha em Restaurantes, Serviço de Concierge	Com Neon+, tem transferências e depósitos via boleto ilimitados e 4 saques grátis por mês
Seguro cobre viagens	Não comunicam	Não comunicam	Não comunicam	Não comunicam
Wi-Fi	Não comunicam	Não comunicam	Não comunicam	Não comunicam
Bandeira	Mastercard	Mastercard	Mastercard	Mastercard

Bancos

Os bancos tradicionais possuem diversas opções de cartões. Por isso, escolhi analisar aqueles que, a meu ver, melhor se encaixam com o público definido anteriormente - e também os mais competitivos com o exemplo dado! :)



Características	Itaú	Caixa	Santander	Banco do Brasil
Plataformas	App, internet banking, telefones e agências	App, internet banking, telefones e agências	App, internet banking, telefones e agências	App, internet banking, telefones e agências
Reclame Aqui	7.0	-	7.2	7.6
Anuidade	12 parcelas de R\$ 48 Grátis gastando R\$4000/fatura	12 parcelas de R\$ 37,75	12 parcelas de R\$ 46	6 parcelas de R\$ 83,00
Categoria	PLATINUM	PLATINUM	PLATINUM	PLATINUM
Programa de pontos gratuitos	✓	✓	✓	✓
Seguro obrigatório	✗	✗	✗	✗
Parcerias hotéis	✓	✗	✓	✗
Wi-Fi	✗	✗	✗	Apenas versão Elo
Acesso à sala VIP	✗	✗	✗	Sim, mediante pagamento de taxa para acesso
Pontuação passagens	2 pontos LATAM PASS a cada dólar gasto; 3 cupons de upgrade; passagens aéreas LATAM em até 10x sem juros.	Compras acumulam pontos que poderão ser utilizados nos Programas: Tudo Azul, Smiles, LATAM Pass, TAP Miles&Go, In Mais e Dotz	Compras na American Airlines acumulam milhas em dobro que não expiram	✗
Bandeiras	Visa e Mastercard	Visa e Mastercard	Mastercard	Elo, Visa e Mastercard

Fintechs

Bancos

Prós

Atendimento
Digitalização
Anuidade zero
Sem taxas
Integração
Depósito por boleto
Facilidade para resolver tudo em canais digitais

Cartão de crédito virtual
Agências físicas (acessibilidade)
Relacionamento com um gerente
Integração

Contras

Acessibilidade
Portabilidade de salário
Algumas não possuem saques gratuitos
Opções gratuitas com serviços limitados

Taxas
Anuidades
Atendimento
Dificuldade para resolver tudo em canais digitais

Tá, e agora?

Fintech

Benefícios primários, os mais convincentes para uma pessoa trocar de banco (de acordo com a pesquisa que citei no começo):

Serviço 100% gratuito e on-line
Sem anuidade
Programa de pontos gera 30% a mais que o mercado
Pontos que pagam contas

Benefícios diferenciais, que vão atuar como suporte aos citados acima:

Seguro cobre viagens internacionais
Cartão oferece Wi-Fi em mais de 100 países
Parceria com a rede Selina (50% OFF)



Banco

Benefícios primários, os mais convincentes para uma pessoa adquirir o cartão:

Desconto de 20% no acesso em salas VIP
Pontuação dobrada em passagens aéreas internacionais
Categoria PLATINUM
Saques gratuitos na rede própria e ATM

Benefícios diferenciais, que vão atuar como suporte aos citados acima:

Programa de pontos gratuito
Parcerias com restaurantes em todo o mundo
Seguro não obrigatório
App, web, lojas físicas, redes sociais e telefones
Wi-Fi em mais de 100 países

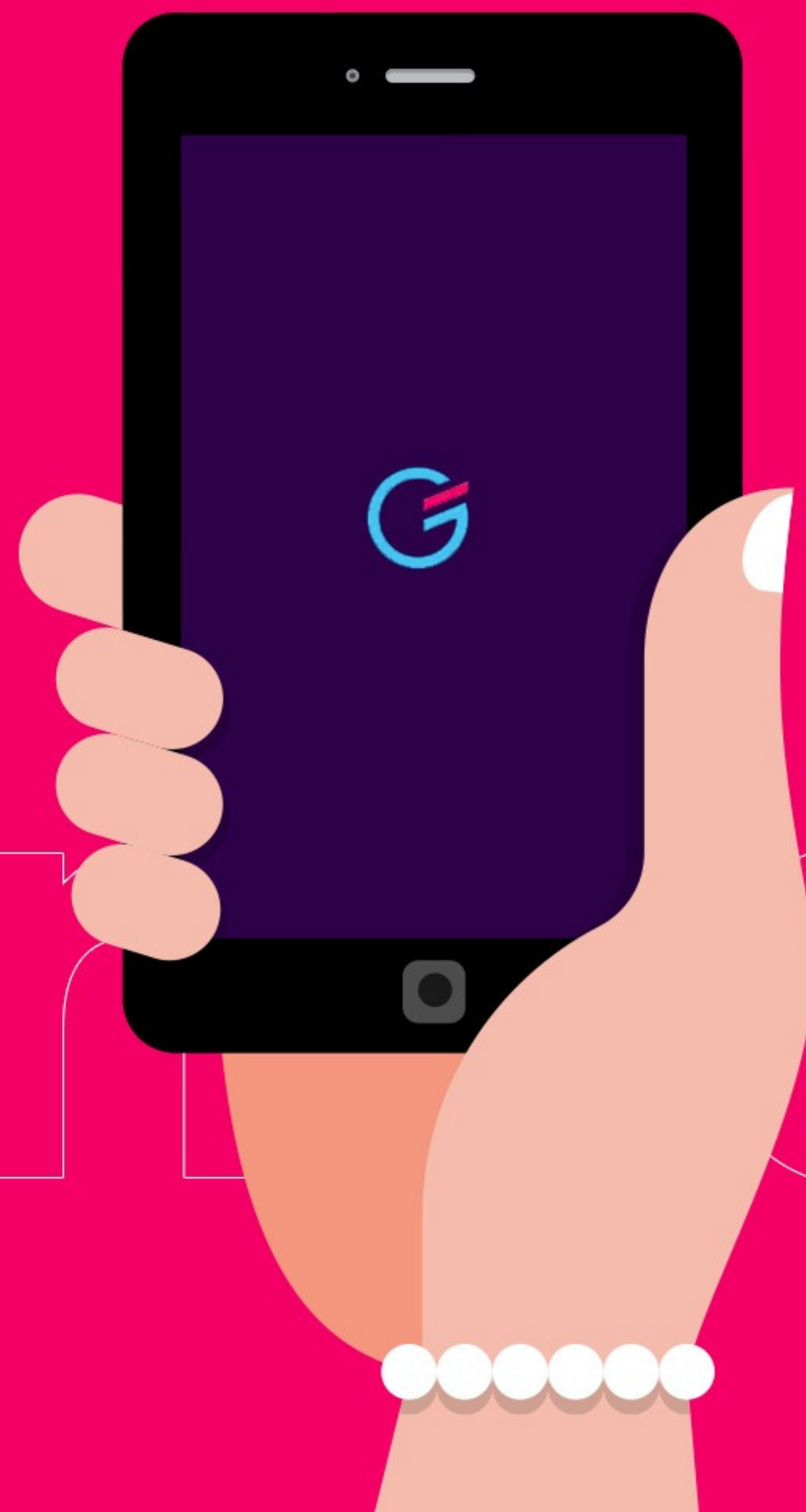


Parte III

Comunicação

Comunicação

don.



Sacada

O Guiabolso respeita muito o espaço

Não tem banner pulando na cara de ninguém e isso é o que torna a experiência muito mais bacanuda.

Ao oferecer um serviço legal pro usuário, usamos os lugares certos ('Guia' e 'Soluções') e de acordo com o que cada um precisa.

Com isso, a minha sugestão é mantermos a **comunicação em 'Guia'**, sempre em conjunto com uma informação relevante!

awareness

Viu, você gastou X reais este mês com isso

consideração

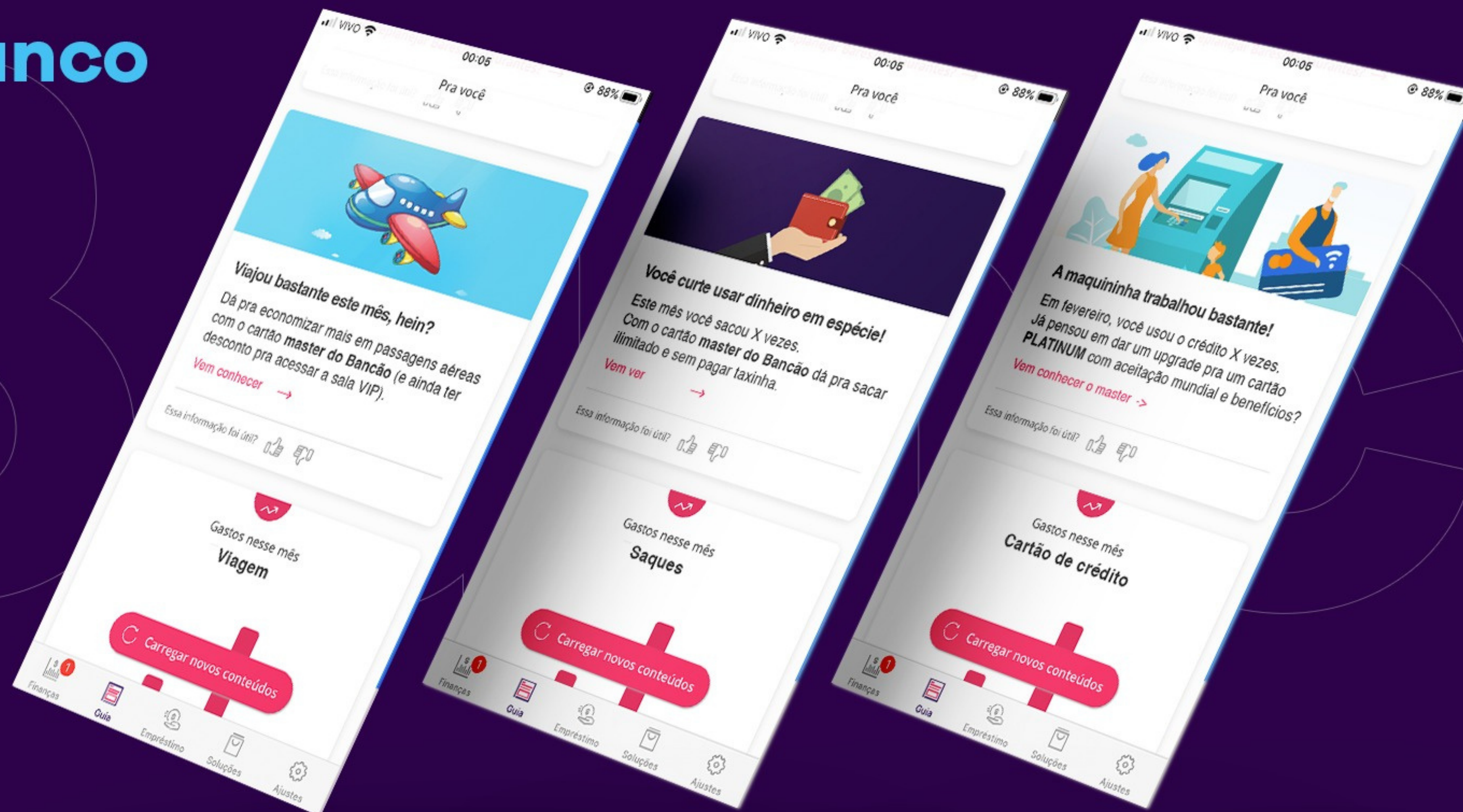
Tenho um serviço aqui que pode te ajudar a economizar

conversão

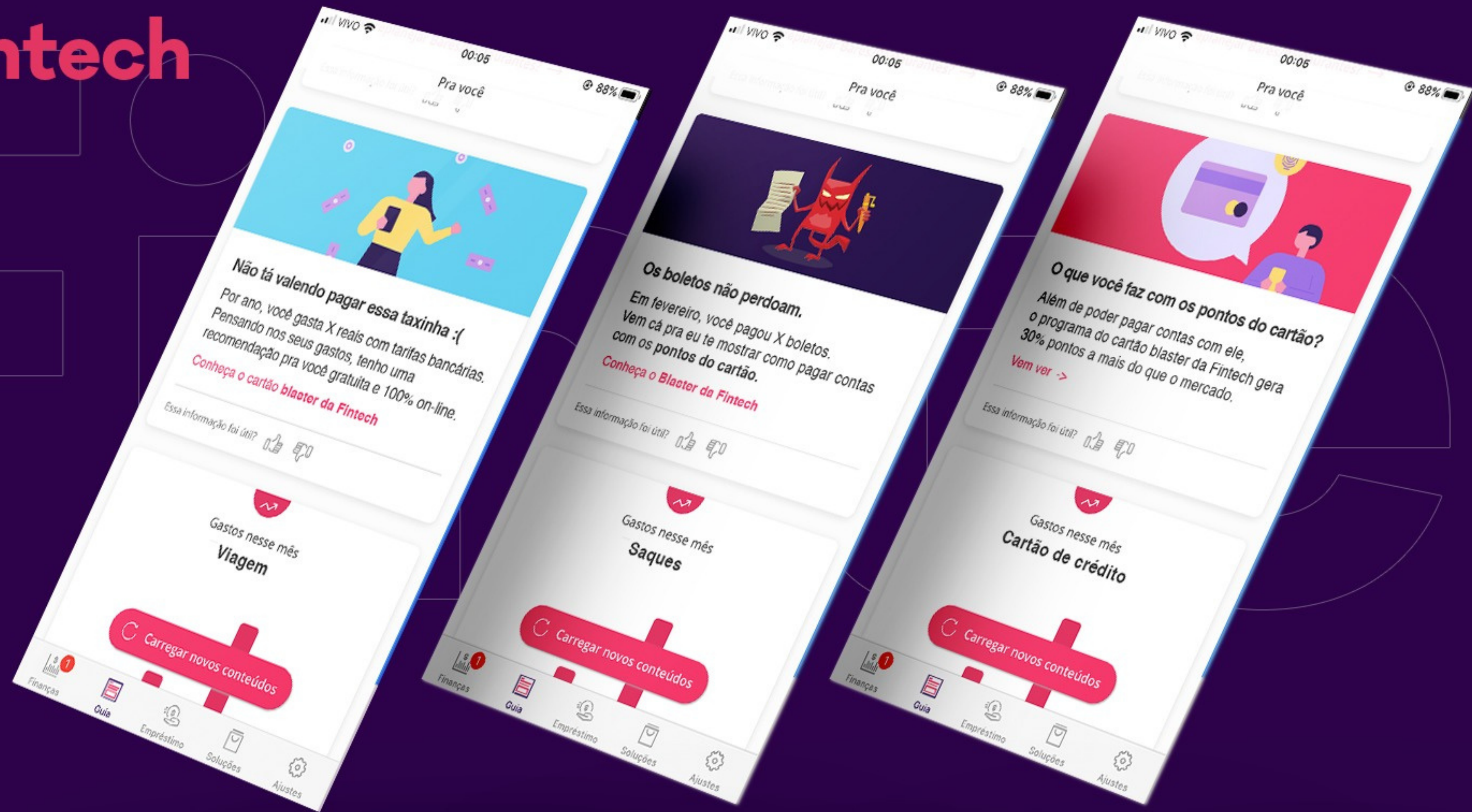
Conheça tal coisa



Banco



Fintech



Parte IV

KPIs



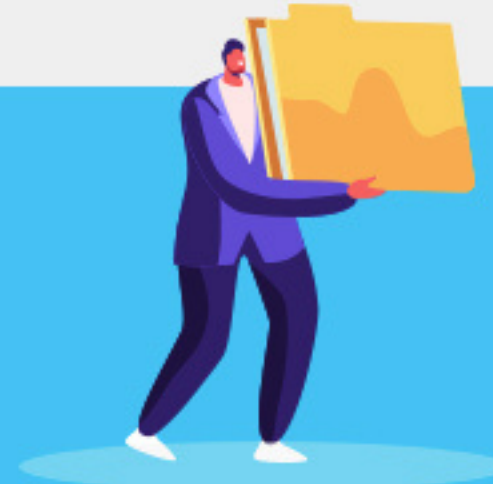
Captação de lead



Podemos avaliar a eficiência do anúncio através da quantidade de leads captados, quantidade de cliques na mídia, taxa de conversão (cliques/leads) e CPL (custo/lead).

Taxa de rejeição e tempo de permanência na página da mídia seriam métricas secundárias.

Awareness



Podemos medir o número de impressões, o alcance e um custo por mil impressões. Precisamos também enxergar as conversões assistidas!

Conversão



Com valores fixos definidos, a gente mensura a receita projetada, o ROA, cliques e taxa de conversão (cliques/conversão).

Com essas métricas, vamos custear cada objetivo por ação e fazer um acompanhamento dos rendimentos de cada um dos clientes. No caso da nossa comunicação (exemplos anteriores), usaremos os KPIs para conversão.

Obrigada!

don.

