BEE4

Estratégia de lançamento BEE4 + Genial e Itaú Private



Objetivos:

- Anunciar o lançamento da **BEE4** via corretoras Genial e Itaú Private;

- Gerar interesse e conhecimento sobre a BEE4, seus valores e diferenciais, principalmente levando a mensagem-chave dessa nova etap;

- Aumentar interesse na busca por ações tokenizadas de PMEs com alto potencial de crescimento por parte de clientes investidores do Itaú e da Genial, afim de acelerar o **processo de expansão da BEE4** para outros bancos, corretoras e parceiros.

Público-alvo:

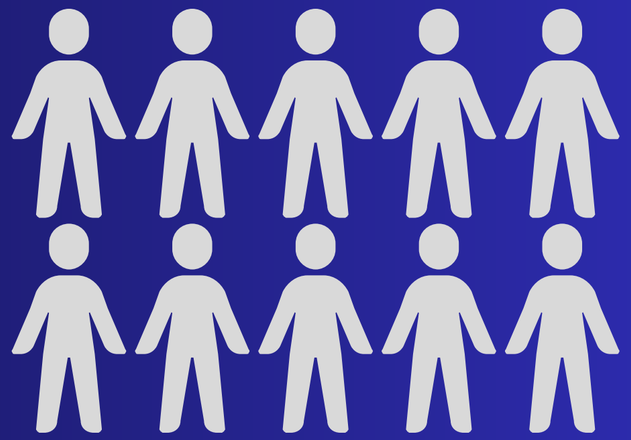
- Stakeholders, bancos, corretoras, parceiros, fintechs, gestoras, profissionais da área financeira, como assessores de investimentos, gestores de fundos e influenciadores da área de investimentos;

- Quem são as empresas que desejamos atrair como **parceiros-prioridade** nesse momento? Quais veículos de comunicação eles leem? Importante mapear essas possibilidades para incluir em nosso **mailing e divulgação com imprensa** como revistas e jornais para **negócios, tecnologia e inovação** também).



Público-alvo:

- Investidores no geral.
- Insights sobre o público: entre os **37% da população** que fazem investimentos, pouco mais da metade são **homens (51%)**, 75% trabalham, 33% concluíram o ensino superior e 36% são das classes A/B, com renda familiar média de R$ 5.464;
- Os investidores e as investidoras vivem, em sua maioria, na região **Sudeste** do país (52%), seguidos pelo **Nordeste** (20%), **Sul** (15%), **Centro-Oeste** (7%) e **Norte** (6%), segundo pesquisa Raio X do Investidor Brasileiro – Anbima 7° edição.



Obs: considerar junto à agência de PR, a **melhor cobertura** da imprensa para **cada região.** Não só em portais de notícias que tratam sobre mercado. Acredito que, pelo público ser majoritariamente masculino, deve-se explorar a possibilidade em revistas e jornais sobre **esportes** e **automóveis** também.

Canais de comunicação



Mídias sociais e dirigida

- Divulgação de conteúdo informativo nas **mídias sociais** (LinkedIn/Instagram institucional e dos porta-vozes), muito importante para **reforçar as mensagens-chaves**;
- Material especial sobre lançamento no blog da BEE4 e parceiros;
- Comunicação dirigida anunciando início e lançamento para base BEE4.

Assessoria com imprensa

- Envio de **Press Release** de lançamento para imprensa com foco em canais comunicação relevantes para o público-alvo definido, contendo as principais mensagens-chave para essa etapa.

>> Pode fazer sentido alinhar com a Genial anunciando para sua base de clientes a **novidade/disponibilidade** e como vai funcionar também; Também é possível alinhar a divulgação dessa novidade para os escritórios parceiros da Genial.

>> Com Itaú, isso será feito via assessoria para clientes Private com investimentos a partir de R$ 15 milhões. Aqui, vejo oportunidade para realização de **evento de lançamento para os assessores do Itaú** conhecerem mais sobre a BEE4 e essa alternativa de investimento. Deve-se alinhar com o parceiro como os assessores vão comunicar essa novidade para seus clientes.

Etapas de cronograma (datas à definir)

Fase 1: Pré-lançamento (etapa atual)

- Definição e alinhamento da estratégia de comunicação com equipe interna e prestadores de serviço;

- Criação dos materiais de imprensa e kit mídia (Press Release, definição de steps e canais disponíveis p/ cliente via corretora);

Exemplo: clientes da Genial conseguirão acessar via home broker da corretora pelo app? Que tal gravarmos uma tela e montar um mock-up para ter um **kit de mídia** bem estruturado? No Itaú, o cliente Private poderá realizar o investimento com seu assessor dedicado, mas como ele poderá acompanhar o desempenho? Somente com consulta via assessor ou consegue visualizar no app do banco? Não ficou claro onde ele poderá fazer sua auto-gestão, apesar de o canal principal ser o assessor. Interessante ter esses steps claros.



Etapas de cronograma (datas à definir)



Fase 1: Pré-lançamento (etapa atual)

- Definição e alinhamento com agência e jornalistas;
- Início de produção de conteúdos com base nos objetivos dessa etapa e do Press Release (ex: post dos porta-vozes) para o lançamento e divulgação nas mídias sociais e parceiros.

Etapas de cronograma (datas à definir)



Fase 2: Lançamento

- Divulgação de Press Release nos veículos de comunicação mapeados;
- Publicação de conteúdo nas mídias sociais sobre o lançamento na Genial Investimentos e Itaú;
- Apresentação da Patrícia via evento on-line (via Teams ou Google Meet mesmo) para todos os funcionários da empresa anunciando essa nova etapa: aqui acho super importante conduzirmos um evento onde ela pode apresentar aos nossos principais stakeholders internos) **onde estamos, e para onde vamos.** Ao final, 30 min antes do encerramento, todos os participantes podem mandar suas dúvidas via Slido e o **intermediador** pode fazer as perguntas e a Patrícia responder. O objetivo aqui é criar uma **constância e conexão** onde os colaboradores se sintam mais **participantes do processo**, além de trazer mais **transparência para a empresa**, tirando o anúncio interno desse lugar “Top Down”.

Etapas de cronograma (datas à definir)



Fase 3: Pós-lançamento

- Definição de métricas de sucesso, levando em consideração os dados que podemos obter com nossos parceiros Itaú e Genial;
- Monitorar a cobertura da mídia e responder a comentários e perguntas;
- Analisar os resultados do lançamento e fazer ajustes na rota da estratégia, se necessário.



Considerações adicionais

- É importante realizar adaptações de linguagem dos materiais de imprensa e das mensagens de comunicação caso seja necessário;

- Os porta-vozes da BEE4 devem estar preparados para responder perguntas e dúvidas sobre a empresa e o negócio, bem como detalhes e evoluções da atual etapa.

Insigths e oportunidades (bônus)

Mapear eventos corporativos e educacionais como estratégia de marketing B2B

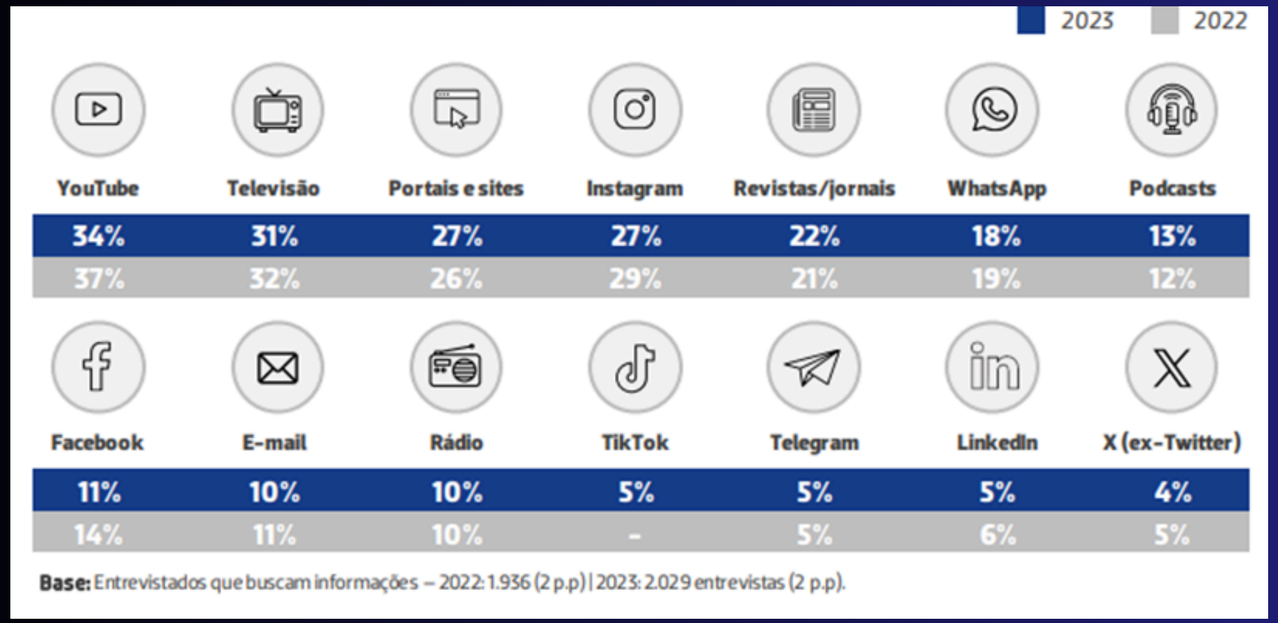
Análise:

- Interessante mapearmos oportunidades de ter um stand da BEE4 nos principais eventos voltados ao mercado financeiro e assessoria de investimentos;
- Para além, devemos mapear eventos em setores correlatos como agro, tech, e afins. Se for do interesse da BEE4 também atrair potenciais empresas para novas listagens;
- Como veremos mais à frente, o público millennial é hoje, um dos protagonistas como investidores no Brasil, mapear eventos e publicações voltadas a cursos, pós-graduações, ou carreiras pode ser interessante para que mais pessoas conheçam essa possibilidade, inclusive futuros empreendedores.



Insigths e oportunidades (bônus)

Canais que são fontes principais na busca por informações sobre investimentos segundo o último [Raio X do Investidor]:



	YouTube	Televisão	Portais e sites	Instagram	Revistas/jornais	WhatsApp	Podcasts
2023	34%	31%	27%	27%	22%	18%	13%
2022	37%	32%	26%	29%	21%	19%	12%

	Facebook	E-mail	Rádio	TikTok	Telegram	LinkedIn	X (ex-Twitter)
2023	11%	10%	10%	5%	5%	5%	4%
2022	14%	11%	10%	-	5%	6%	5%

Base: Entrevistados que buscam informações – 2022: 1.936 (2 p.p) | 2023: 2.029 entrevistas (2 p.p).

Análise:

- Uma forma de explorar e **ampliar o education** da BEE4 é pelo **YouTube**, segundo dados da Anbima, é o meio mais procurado pelas **classes A/B e C** (38% e 35% respectivamente), seguidas pela **Classe D/E** com 22%.

- Para **classes A/B** as **lives e podcasts gravados em estúdio** são o melhor formato pois pode ser consumido tanto no **YouTube**, quanto nas demais plataformas voltadas ao formato tradicional em áudio (Spotify).

- Como nosso principal foco nessa etapa é expansão B2B, pode-se criar uma **editoria (playlist)** voltada especificamente para esse público como **“BEE4B”** , **“BEE4 Business” ou “BEE4 Advisors”,** onde as pautas e temas são pensados com foco em negócios ou para educar profissionais de investimentos e assessores sobre essa alternativa para o portfólio de seus clientes.

Insigths e oportunidades (bônus)

Exemplos de editorias para o público Private e Business do Itaú:



Acessar



Acessar



Acessar

Insigths e oportunidades (bônus)

Gerações: millennials são hoje a maior liderança entre a população investidora

Análise:

- Já pensando em impactar o **público core** da maioria das corretoras, fintechs e bancos digitais que podem ser parceiros potenciais, interessante explorar novos formatos que estão sendo mais utilizados atualmente, como **reviews, debates e reacts.**

- Segundo o último estudo da Anbima, Raio X do Investidor, **millenials** (também conhecidos como geração Y, entre 28 e 42 anos) **mantêm o maior percentual de investidores**, com incidência de **39%.** Em segundo lugar, estão a geração X (entre 43 e 62) e os boomers (63 anos ou mais), ambos com 37%.



Perfil do público millennial:

- Nascidos entre 1980 1995;
- Buscam equilibrar vida pessoal e profissional em uma empresa;
- A maior parte é ativa no mercado de trabalho e potenciais investidores e empreendedores.

Insigths e oportunidades (bônus)

Gerações: millennials são hoje a maior liderança entre a população investidora

Análise:

- A seguir, vou deixar **3 referências** interessantes voltadas ao mercado de entretenimento, onde podemos perceber um preparo de roteiro ou estruturação de pauta e **análise do influenciador** de uma maneira **atraente e propositiva**, isso pode ser adaptado ao negócio da BEE4 ao apresentarmos uma editoria para o canal que contenha um review de qualidade sobre as empresas negociadas de uma maneira não-técnica e sem os clichês financês.

- Pode ser bem interessante ter uma figura que faça esse tipo de análise e que gere maior conexão com a **tese de crescimento das empresas listadas** de uma maneira leve. Além da possibilidade de responder perguntas e respostas de acompanhantes do canal. Algo a se considerar se a intenção for expandir para outras corretoras com esse core, como a Genial, por exemplo.



Insigths e oportunidades (bônus)

Formatos editoriais para o público millennial no YouTube.



Acessar



Acessar



Acessar

Parabéns, você chegou ao final da minha proposta de planejamento!

Estou aqui, empolgada e com muita vontade de participar dessa nova etapa da BEE4. Se você gostou da minha estratégia, não viu o que eu ainda posso fazer por aí! 😊

Que tal não perder essa oportunidade, heim? Aguardo seu feedback!

Abraços,
Dri Nogueira.



E-MAIL
adriananog3@gmail.com

WHATSAPP
Clique aqui

LINKEDIN
Adriana Nogueira, CEA



BEE4

Obrigado