

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Projeto Produtora de Conteúdo

Agência Outside

Sing

Fernando Hideki Yamaguchi RA: 3021200854

Giovana Martha Silva Pohli RA: 3021101348

Guilherme Simon RA: 3021103523

Irlane Silva Rodrigues RA: 3020201754

Leonardo Bianchi RA: 3022106329

Maíra Vignotto Carellos RA: 3021107748

Marcos da Cruz de Oliveira RA: 3021100501

São Paulo

2023

SUMÁRIO

1. Apresentação	01
2. Segmentos de clientes	01
3. Proposta de valor	02
4. Canais	03
5. Estratégias de relacionamento	03
6. Fontes de receita	03
7. Recursos principais	04
8. Atividades-chave	04
9. Parcerias	05
10. Estrutura de custos	06

1. Apresentação

O Sing é um projeto ambicioso, que visa proporcionar a melhor experiência para profissionais do ramo musical, bem como o consumidor. Tudo isso será feito por meio de um aplicativo, que será moderno, otimizado, multifuncional e altamente intuitivo.

Neste aplicativo, o usuário terá acesso a publicações de artistas, gravadoras e portais de notícias musicais presentes nas redes sociais como Instagram, Twitter e Tik Tok. Tudo isso será filtrado por uma IA, de acordo com a preferência do usuário.

Além disso, o usuário do Sing também poderá compartilhar suas playlists favoritas, receber informações dos shows que irão acontecer em sua região e publicar reviews ao término de cada evento.

Para isso, haverá um outro aplicativo, o Sing for Business, que será interligado ao Sing para usuários. Neste segundo App, os parceiros (casas de shows, artistas independentes, produtores e sites de venda de ingressos) poderão anunciar seus eventos em publicações impulsionadas.

Desse modo, o Sing for Business irá gerar uma receita ao passo em que cada parceiro paga para ter seu evento divulgado para os usuários do Sing. Mas esta é apenas uma das fontes de receita, como poderemos veremos a seguir.

2. Segmentos de clientes

Para realizar a segmentação de clientes do Sing, entrevistamos 102 pessoas por meio do Google Forms, e obtivemos respostas que auxiliaram este processo.

A partir dos resultados, definimos que o público do Sing está segmentado da seguinte forma:

- **Jovens Adultos entre 18 e 24 anos de idade (45% dos entrevistados);**

- **Adolescentes entre 14 e 17 anos de idade (35% dos entrevistados);**
- **Engajado com as redes sociais;**
- **Consumidores de música (69% dos entrevistados escutam várias vezes ao dia);**
- **Gosto musical eclético;**
- **Frequenta shows mensalmente (21% dos entrevistados).**

Pensando nisso, a estratégia de marketing do Sing estará voltada a atrair o interesse deste público.

3. Proposta de valor

O Sing visa, acima de tudo, entregar uma experiência de altíssima qualidade aos usuários e parceiros, como mencionado anteriormente.

Por isso, ambos os aplicativos contam com diferenciais que são únicos em uma mesma plataforma do ramo. Logo abaixo estão os principais pontos da nossa proposta de valor:

- **Experiência personalizada:** Cada Sing é único, tendo em vista que cada gosto musical é único. E, dentro do aplicativo, o usuário terá todas as suas preferências na palma da mão.
- **Rastreamento de eventos:** O Sing é democrático, e estará aberto a pequenos, médios e grandes organizadores de shows de todo o Brasil. Com isso, o usuário poderá rastrear os eventos que vão acontecer em sua região, de uma forma totalmente descomplicada.
- **Conteúdo filtrado:** O conteúdo presente no Sing é filtrado para que o usuário tenha acesso ao que realmente tem interesse. Sendo assim, é possível editar as preferências dentro do App.
- **Interatividade:** Além das playlists personalizadas, e da interação com notícias, lançamentos e shows de artistas nacionais e internacionais, também é possível seguir outros usuários.

- **Review de eventos:** Um dos grandes diferenciais do Sing é a possibilidade de publicar reviews de eventos, que ficarão disponíveis no perfil de cada usuário.
- **Economia e sustentabilidade aos parceiros:** O Sing for Business é uma opção mais econômica e sustentável aos parceiros, na medida em que não será mais necessário gastar tempo e dinheiro com papel e impressão.

4. Canais

Teremos dois canais de suma importância para a comunicação do Sing com o público e nossos parceiros. Um deles é o próprio aplicativo (o Sing for Business), que terá um chat para tirar dúvidas e resolver eventuais contratemplos. Logo, este é o nosso canal particular.

Também iremos contar com um canal indireto, que serão as redes sociais, para uma comunicação ainda mais moderna e atrativa com o grande público.

5. Estratégias de relacionamento

O nosso relacionamento será feito através dos nossos canais. Dessa forma, o chat do Sing for Business terá um papel fundamental para o relacionamento com os nossos parceiros.

Da mesma forma, as redes sociais do Sing serão determinantes para uma comunicação eficiente e transparente com os clientes. Para isso, nossa DM estará sempre aberta ao público.

6. Fontes de receita

Para que uma startup possa ter tração e escalabilidade, é essencial ter as fontes de receita bem definidas. Por isso, o Sing definiu três modos de gerar receita; são eles:

- 1. Ads personalizados dentro do Aplicativo:** espaço destinado a anúncios relacionados ao mercado musical – desde álbuns até produtos licenciados de artistas.
- 2. Campanhas de parceiros:** O parceiro pagará uma quantia para impulsionar o seu evento dentro da plataforma, funcionando como uma campanha.
- 3. Comissão na venda de ingressos:** Válido apenas para casas de shows e artistas independentes. Inicialmente, não receberemos comissão de sites de venda de ingressos.

7. Recursos principais

O investimento em tecnologia é essencial para a criação do Sing, tanto para a implementação das funcionalidades do App, quanto para a gestão da plataforma.

Sob o mesmo ponto de vista, outro recurso-chave para o Sing é a contratação de profissionais qualificados, que possam agregar com inteligência, expertise e, sobretudo, dedicação.

Nesse sentido, podemos separar os recursos do Sing da seguinte maneira:

- **Recursos físicos:** Um pequeno escritório com computadores de alta qualidade, que possam suprir as necessidades tecnológicas da nossa equipe.
- **Recursos financeiros:** Será essencial para o Sing ter o auxílio de investidores-anjo.
- **Recursos humanos:** Profissionais qualificados para os setores de tecnologia e marketing da empresa.

8. Atividades-chave

Entre todas as atividades que serão realizadas, existem duas que serão primordiais para o êxito do Sing enquanto aplicativo e empresa; são elas:

- 1. Gestão da Plataforma:** Uma equipe ficará responsável por cuidar da estabilidade do aplicativo, para ele se manter rápido, eficiente e operante, prezando sempre pela experiência dos consumidores e parceiros.
- 2. Marketing assertivo:** O marketing será fundamental para que o Sing construa uma base sólida de usuários e atraia o interesse de milhares de parceiros espalhados pelo Brasil.

9. Parcerias

Casas de shows, sites de venda de ingressos e, de modo geral, organizadores de eventos, serão os parceiros-chave para o Sing.

Por outro lado, estes não serão os únicos parceiros potenciais do App. Isso porque, o Sing também busca a construção de uma parceria sólida com um serviço de streaming.

Este serviço terá integração total com a plataforma, e esta não será uma parceria com fins lucrativos – ao menos, em um primeiro momento.

Exemplificando como funcionaria esta parceria, o usuário do Sing teria acesso ao player do Streaming dentro do nosso App, e terá a possibilidade de vincular sua conta.

Por conta disso, os usuários do Sing com contas vinculadas ao serviço de streaming parceiro poderão compartilhar suas playlists personalizadas em seus respectivos perfis.

Buscamos exclusividade nesta parceria, mas iremos enviar o nosso briefing para as seguintes empresas:

- **Spotify;**
- **Deezer;**
- **YouTube Music;**

- **Apple Music;**
- **Amazon Music;**
- **Resso;**
- **Claro Music.**

É válido destacar que o Spotify será a nossa prioridade. No entanto, se não houver um retorno positivo, iremos voltar nossas atenções aos demais serviços de streaming.

10. Estrutura de custos

Por último, mas não menos importante, iremos falar sobre a estrutura de custos da nossa startup. O nosso planejamento prevê os seguintes gastos:

- **Salário dos funcionários;**
- **Criação do Aplicativo;**
- **Desenvolvimento do Sistema;**
- **Manutenção do Software;**
- **Campanhas e ações de marketing.**

Portanto, este é o planejamento que fizemos para a realização do nosso projeto que visa transformar o modo como a música é consumida no Brasil.

Para que assim, artistas e fãs possam se conectar de um jeito ainda mais rápido, fácil e interativo com o Sing!