
FIDELIZE

João Pedro Brosselin - 24026155

Marcella Santana - 24025750

Thays Pontes - 24026610

Gustavo Castro - 20021558

Análise de Mercado

O mercado de food service no Brasil é gigantesco, movimentando centenas de bilhões de reais (ABIA).

Público-alvo do Fidelize: pequeno e médio restaurantes.

Dor (problema):

- **Dependência:** restaurantes reféns de marketplaces (iFood, Rappi).
- **Cegueira:** eles não têm acesso aos dados dos seus próprios clientes.
- **Ineficácia:** Tentam fazer marketing (Instagram, WhatsApp) no escuro, sem saber o que funciona ou quem são seus clientes.

Oportunidade: A oportunidade não é vender um dashboard. É vender **independência e lucratividade**. Estamos em um mercado onde os restaurantes estão desesperados por soluções que os ajudem a retomar o controle, aumentar as margens e construir sua própria base de clientes fiéis. O Fidelize se posiciona como a ferramenta de inteligência que permite essa independência.

Análise de Indústria

Cenário Competitivo: A indústria de SaaS para restaurantes é altamente pulverizada e competitiva. Nossos concorrentes se dividem em várias categorias:

- **Sistemas de Gestão (PDV/ERP):** (Ex: Linx, Totvs, ConnectPlug). Esta é a maior ameaça. Eles já estão dentro do restaurante e estão, cada vez mais, adicionando módulos "básicos" de BI e CRM às suas soluções.
- **Plataformas de Fidelidade Puras:** (Ex: Zig, Dotz). Focam em programas de pontos/cashback, mas muitas vezes falham na análise de dados profunda.
- **CRMs de Nicho:** (Ex: F-Rest). Concorrentes diretos que oferecem soluções muito similares à nossa.
- **Substitutos:** O Excel e o caderno são nossos maiores concorrentes. A inércia (fazer as coisas do jeito antigo) é a principal barreira a ser vencida.

Tendências: A indústria caminha para a integração total. O restaurante não quer 10 sistemas diferentes. Ele quer uma solução "tudo-em-um". A Cannoli já está bem posicionada para isso e o Fidelize vem para acrescentar novas funcionalidades ao produto da Cannoli sem a necessidade de uma nova ferramenta para os donos de restaurante.

Análise de Recursos

Recurso inicial: nosso maior trunfo é que o Fidelize não nasce do zero. Ele é o cérebro analítico de uma plataforma (Cannoli) que já processa pedidos, clientes e campanhas. Isso nos dá:

- **Dados Integrados:** não precisamos buscar os dados; nós já os possuímos de forma estruturada.
- **Canal de Vendas (Upsell):** podemos oferecer o Fidelize como um upgrade para os clientes atuais da Cannoli, reduzindo drasticamente o Custo de Aquisição de Cliente (CAC).

Recursos Técnicos: ter uma equipe de referência é crucial para uma plataforma escalável e inovadora. Nosso objetivo é nos consolidar como referência no setor, realizando lançamentos estratégicos e nos mantendo sempre um passo à frente da concorrência.

Recursos Intelectuais: a metodologia CRISP-DM e a construção da Persona (Miriam) não são apenas trabalhos acadêmicos, são ativos estratégicos. Eles garantem que estamos construindo o produto certo para o cliente certo, reduzindo o risco de desenvolver funcionalidades que ninguém usará.

Cinco Forças

1. Ameaça de Novos Entrantes: Média

- **Por quê?** É *fácil* criar um "dashboard bonitinho" (um novo estudante de ADS pode fazer um). No entanto, é *extremamente difícil* construir a infraestrutura por trás (a plataforma Cannoli), integrá-la com dezenas de PDVs diferentes e, o mais importante, **conquistar a confiança** de milhares de restaurantes para processar seus dados de faturamento. A barreira de entrada real não é a tecnologia do dashboard, é a **escala e a confiança**.

2. Poder de Barganha dos Fornecedores: Alto

- **Por quê?** Nossos fornecedores são gigantes de tecnologia e donos de infraestruturas críticas.
 - **Sistemas de PDV/ERP:** Se o Fidelize quiser analisar dados de clientes que *não usam* a plataforma Cannoli, ele precisará se integrar com outros sistemas (Linx, Totvs, etc.). Esses sistemas têm **alto poder** e podem cobrar caro ou simplesmente bloquear o acesso aos seus dados (APIs).
 - **Infraestrutura em Nuvem (AWS, Azure):** Somos totalmente dependentes deles para hospedar a plataforma. Eles ditam os preços.

3. Poder de Barganha dos Clientes (Restaurantes): **Médio**

- **Por quê?** Individualmente, um restaurante pequeno tem baixo poder. No entanto, o **custo de troca** pode ser baixo se houver muitas ferramentas similares. Nosso diferencial não pode ser só o gráfico; tem que ser a **qualidade do insight** e a integração com o resto da plataforma Cannoli.

4. Ameaça de Produtos Substitutos: **Alta**

- **Por quê?** Este é o nosso maior desafio. O substituto não é outro software, é o "não fazer nada" ou o "fazer manualmente".
 - **Excel:** o substituto universal. É barato, flexível e o gerente já sabe usar.
 - **Relatórios do iFood:** o dono pode achar que os relatórios básicos que o marketplace oferece são "suficientes".
 - **Intuição:** os donos de restaurante que conhecem o negócio no "feeling".
 - Nossa tarefa é provar que o *custo de oportunidade* de usar Excel ou intuição é muito maior do que o preço da nossa assinatura.

5. Rivalidade entre Concorrentes Existentes: **Alta**

- **Por quê?** A guerra é por *features* (funcionalidades). Todo sistema de PDV hoje tem uma aba "Relatórios". A nossa diferenciação tem que ser clara: não somos um simples relatório, somos uma ferramenta de **inteligência de negócios** focada em **ação**.

Fidelize – Business Model Canvas



Fidelização não é sorte.
É ciência!