

## **Business Model Canvas**

---

### **1. Segmentos de Clientes**

#### **Clientes Pagantes (B2B)**

##### **Tier 1: Organizadores de Eventos**

- Festivais de música
- Conferências e congressos
- Meetups e eventos de tecnologia
- Eventos corporativos
- Festas e eventos sociais

##### **Tier 2: Estabelecimentos Recorrentes**

- Coworkings
- Academias e estúdios fitness
- Bares e restaurantes premium
- Clubes e associações
- Espaços de eventos

##### **Tier 3: Marcas e Patrocinadores**

- Empresas querendo ativar em eventos
- Marcas querendo dados de presença
- Patrocinadores de eventos

#### **Usuários (B2C) - Não pagantes inicialmente**

- Frequentadores de eventos
  - Profissionais em networking
  - Pessoas buscando conexões sociais
-

## 2. Proposta de Valor por Segmento

### Para Organizadores de Eventos

"Aumente em 25% o comparecimento dos seus eventos e transforme participantes em comunidade"

Entrega	Valor
Widget de check-in social	Engajamento pré/durante evento
Dashboard de analytics	Dados de networking e conexões
Efeito viral	Cada check-in = marketing orgânico
Redução no-show	Compromisso social aumenta presença
Comunidade	Participantes se reconectam entre eventos

### Para Estabelecimentos

"Transforme clientes ocasionais em frequentadores através de conexões sociais"

Entrega	Valor
Check-in gamificado	Incentivo a marcar presença
ReMatch local	Pessoas voltam pra reencontrar
Perfil do cliente	Dados de frequência e conexões
Diferenciação	"O bar onde você conhece gente"

### Para Usuários

"Nunca mais perca o contato de quem você conheceu e saiba quem vai estar onde você vai"

Entrega	Valor
Discovery social	Ver quem vai/está em lugares
ReMatch	Reconectar com quem encontrou
Decisão informada	Saber antes de ir
Networking facilitado	Quebra-gelo contextual

### 3. Canais

#### Aquisição B2B

Canal	Estratégia
Outbound direto	Prospecção ativa de organizadores
Parcerias	Empresas de ticketing (Sympla, Eventbrite)
Eventos próprios	Cases de sucesso como vitrine
Content marketing	Blog sobre engajamento em eventos
Indicação	Programa de referral B2B

#### Aquisição B2C

Canal	Estratégia
Viral orgânico	Check-ins compartilhados
Dentro dos eventos	QR codes, totens, staff
Integração Instagram	Stories e posts de check-in
Influenciadores	Early adopters em eventos
ASO	App Store Optimization

### 4. Relacionamento com Clientes

B2B

- **Onboarding dedicado** para eventos grandes
- **Self-service** para eventos pequenos/estabelecimentos
- **Customer Success** para contas enterprise
- **Comunidade** de organizadores (melhores práticas)

B2C

- **Self-service** total
- **In-app support** para dúvidas
- **Comunidade** de usuários power users
- **Gamificação** para engajamento

5. Fontes de Receita

Modelo Principal: SaaS B2B

Planos para Eventos Únicos

Plano	Preço	Inclui
Starter	R\$ 299/evento	Até 200 participantes, check-in básico, 1 admin
Pro	R\$ 799/evento	Até 1.000 participantes, analytics, ReMatch, 3 admins
Enterprise	R\$ 2.499/evento	Ilimitado, API, white-label, suporte dedicado

Planos para Estabelecimentos (Mensal)

Plano	Preço	Inclui
Local	R\$ 199/mês	1 estabelecimento, básico
Rede	R\$ 499/mês	Até 5 locais, analytics avançado
Enterprise	Sob consulta	Ilimitado, API, integrações

## Modelos Secundários

### Performance (Revenue Share)

- **Ingresso vendido por influência social:** 5-10% do valor
- Tracking: "Comprei porque vi que X vai"

### Dados e Insights (Premium)

- **Relatório de networking:** R\$ 500-2.000/evento
- Quem conectou com quem, clusters sociais, influenciadores

### API (Usage-based)

- **Chamadas de API:** R\$ 0,01-0,05 por request
- Para integrações de terceiros

### Freemium B2C (Futuro)

- **Premium individual:** R\$ 19,90/mês
  - Ver quem vai em eventos antes de comprar ingresso
  - ReMatch ilimitado
  - Perfil destacado
- 

## 6. Recursos Principais

### Tecnologia

- App mobile (iOS/Android)
- Web app para organizadores
- API para integrações
- Infraestrutura de geolocalização
- Sistema de matching

### Dados

- Base de eventos/loais

- Grafo social de conexões
- Histórico de presenças
- Integrações com redes sociais

## **Time**

- Produto/Tech
- Vendas B2B
- Customer Success
- Marketing

## **Marca/Rede**

- Reputação com organizadores
  - Base de usuários ativos
  - Integrações estabelecidas
- 

# **7. Atividades Principais**

## **Produto**

- Desenvolvimento contínuo do app
- Melhorias no algoritmo de matching
- Novas integrações

## **Comercial**

- Prospecção e vendas B2B
- Parcerias estratégicas
- Customer success

## **Operações**

- Onboarding de parceiros
- Suporte
- Moderação e segurança

Marketing

- Geração de demanda B2B
- Growth hacking B2C
- Conteúdo e comunidade

8. Parcerias Principais

Integrações Técnicas

Parceiro	Tipo	Benefício
Instagram	API Login/Share	Identidade e viralização
Spotify	API	Contexto musical/interesses
LinkedIn	API	Contexto profissional
Sympla/Eventbrite	Integração	Base de eventos
Google Maps	API	Localização

Parcerias Comerciais

Parceiro	Tipo	Benefício
Produtoras de eventos	Distribuição	Acesso a grandes eventos
Redes de coworking	Canal	WeWork, Spaces, etc
Redes de academias	Canal	SmartFit, BlueFit, etc
Influenciadores	Marketing	Early adopters

## 9. Estrutura de Custos

### Custos Fixos

Item	Estimativa Mensal
Time (5 pessoas inicial)	R\$ 60.000
Infraestrutura cloud	R\$ 3.000
Ferramentas e SaaS	R\$ 2.000
Escritório/Coworking	R\$ 2.000
Total Fixo	R\$ 67.000

### Custos Variáveis

Item	Estimativa
APIs terceiros	~R\$ 0,02/usuário ativo
Marketing performance	20% da receita
Comissões vendas	10% da receita B2B

### Break-even Estimado

- **Meta mensal:** R\$ 85.000 receita
- **Equivalente a:** ~100 eventos Pro/mês OU 40 eventos + 100 estabelecimentos

## 10. Unit Economics

### LTV (Lifetime Value)

#### Eventos (único)

- Ticket médio: R\$ 800
- Recorrência: 3 eventos/ano por organizador
- LTV: R\$ 2.400/ano



Estabelecimentos (mensal)

- Ticket médio: R\$ 350/mês
- Churn: 5%/mês
- LTV: R\$ 7.000

CAC (Custo de Aquisição)

B2B

- Meta CAC eventos: R\$ 200
- Meta CAC estabelecimentos: R\$ 500
- LTV/CAC: >10x (saudável)

B2C

- Meta CAC orgânico: R\$ 0-5
- Meta CAC pago: R\$ 10-20
- Monetização indireta via B2B

11. Projeções Financeiras (3 anos)

Ano 1 (Validação)

Métrica	Meta
Eventos únicos	120
Estabelecimentos	30
Receita anual	R\$ 180.000
Usuários	10.000

Ano 2 (Crescimento)

Métrica	Meta
Eventos únicos	500

Métrica	Meta
Estabelecimentos	150
Receita anual	R\$ 1.200.000
Usuários	80.000

Ano 3 (Escala)

Métrica	Meta
Eventos únicos	2.000
Estabelecimentos	500
API/Integrações	R\$ 300.000
Receita anual	R\$ 4.500.000
Usuários	300.000

12. Estratégia de Go-to-Market

Fase 1: Validação (Meses 1-6)

- 1. **Nicho inicial:** Eventos de tecnologia em São Paulo
- 2. **Modelo:** 100% hands-on, onboarding manual
- 3. **Pricing:** Desconto agressivo para primeiros cases
- 4. **Meta:** 10 eventos, 1.000 usuários, product-market fit

Fase 2: Repetição (Meses 7-12)

- 1. **Expansão:** Outros tipos de eventos + estabelecimentos
- 2. **Modelo:** Playbook replicável, menos hands-on
- 3. **Pricing:** Preço cheio, upsell de features
- 4. **Meta:** 50 clientes B2B, 5.000 usuários

### Fase 3: Escala (Ano 2+)

1. **Canais:** Self-service, parcerias, API
  2. **Modelo:** Produto maduro, automação
  3. **Pricing:** Tiers claros, enterprise
  4. **Meta:** Crescimento 3x ao ano
- 

### 13. Vantagens Competitivas Financeiras

1. **CAC baixo via viralidade:** Cada check-in = marketing grátis
  2. **Receita recorrente B2B:** Estabelecimentos = MRR previsível
  3. **Efeito de rede local:** Winner-takes-most por cidade/nicho
  4. **Dados únicos:** Presença física = valioso para análises
  5. **Múltiplas linhas de receita:** SaaS + Performance + API
-