

PINHEIRO NETO + TEMPLO.CC

PROJETO LEAN CYCLES

APRESENTAÇÃO FINAL // 09.SET

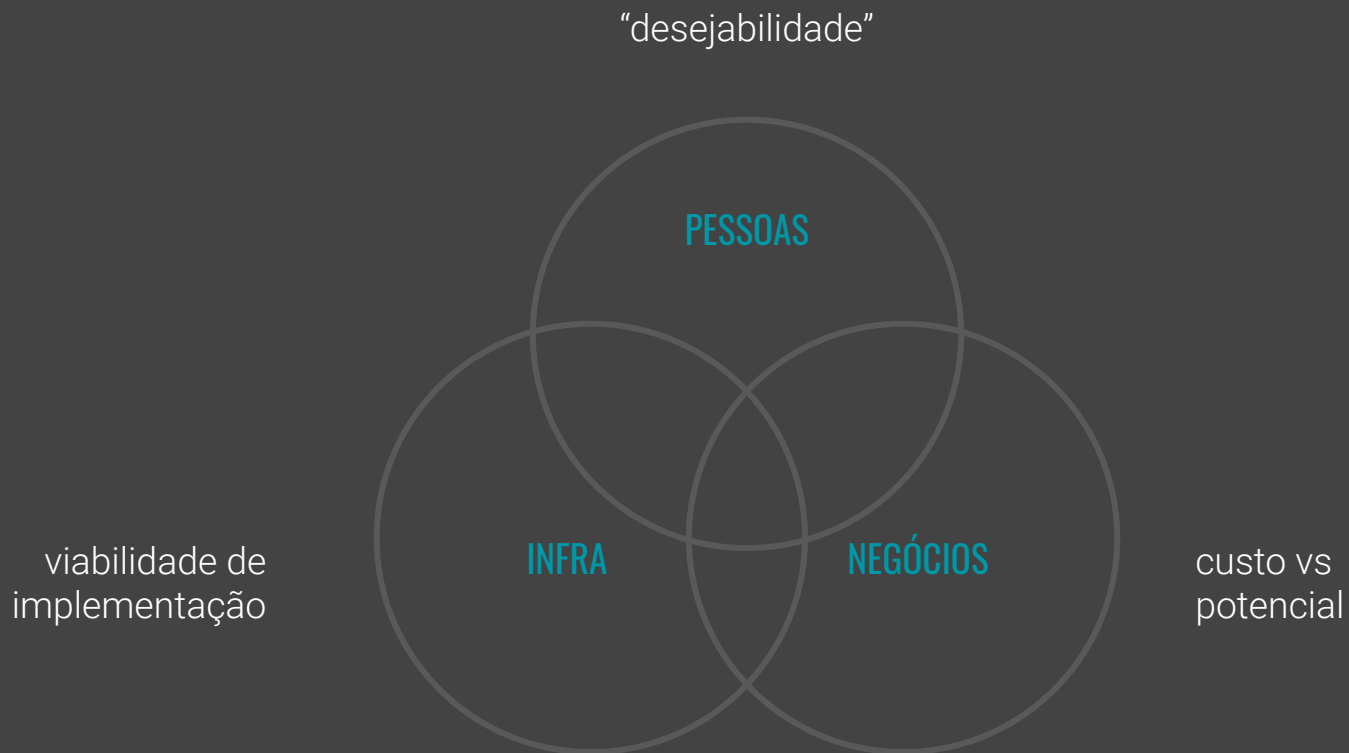
_ detalhamento da iniciativa vencedora

A man with glasses and a light blue button-down shirt is shown from the chest up, smiling and looking upwards. His arms are raised in a celebratory gesture. The background is dark, and the scene is filled with a dense shower of multi-colored confetti (red, yellow, green, blue, pink) falling around him.

iniciativa vencedora: waze

COMO AVALIAMOS

cada um com uma soma de score...



PERFORMANCE “WAZE”: VISÃO GERAL

NEGÓCIOS

maior oportunidade de receita em relação às outras

INFRA

possibilidade de escala faseada sem grandes desafios tecnológicos no primeiro momento

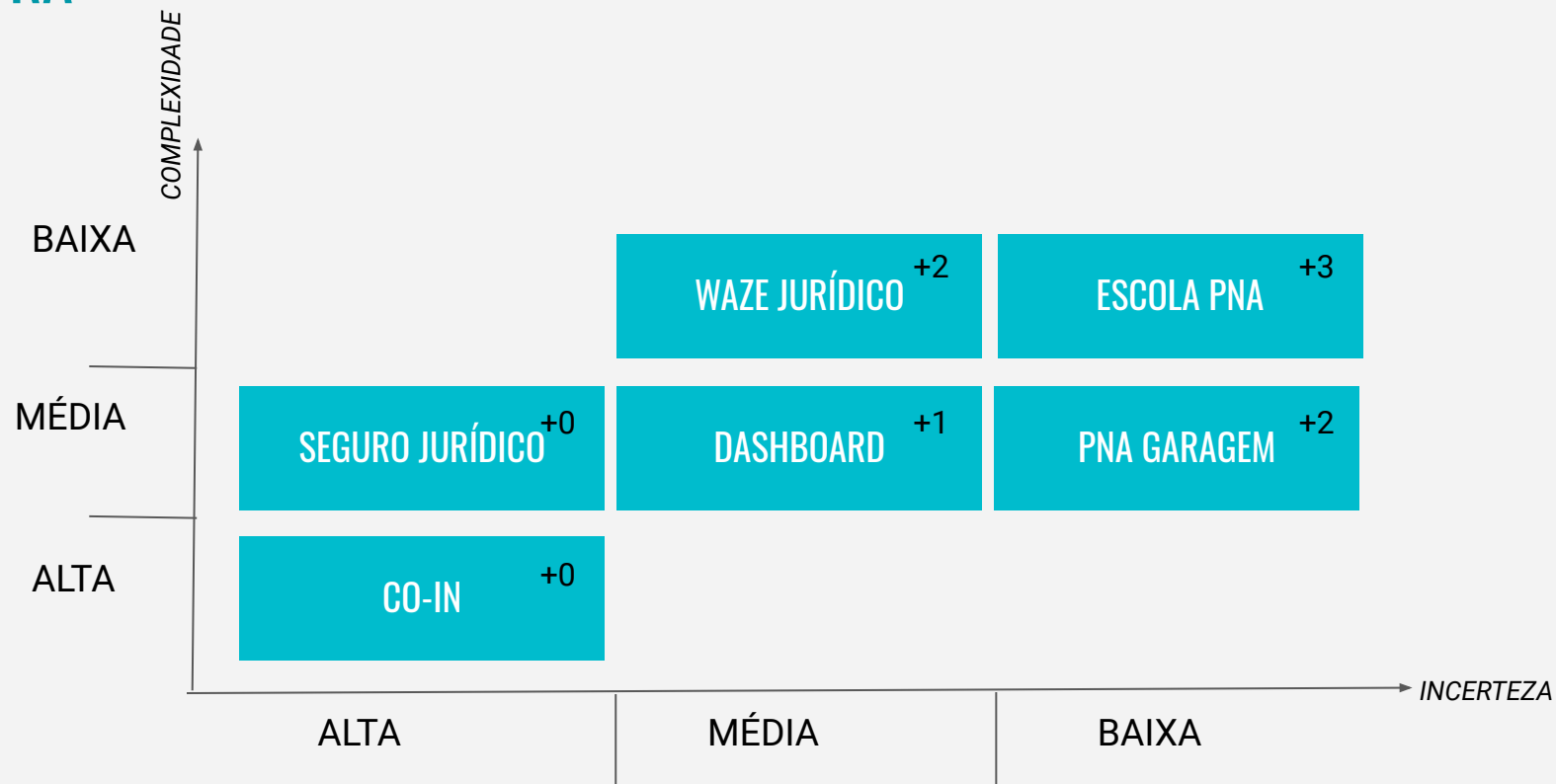
PESSOAS

atende à necessidade e dores de clientes e advogados ao mesmo tempo; atende a muitos públicos ao mesmo tempo

NEGÓCIOS



INFRA



PESSOAS



PERFORMANCE DAS INICIATIVAS: VISÃO GERAL

	CO-IN	SEGURO JURÍDICO	PNA GARAGEM	DASHBOARD	ESCOLA PNA	WAZE JURÍDICO
NEGÓCIOS	Rank: 4 +0	Rank:6 +0	Rank: 5 +0	Rank: 3 +2	Rank: 2 +2	Rank: 1 +3
INFRA	Rank: 6 +0	Rank: 5 +0	Rank: 3 +2	Rank: 4 +1	Rank: 1 +3	Rank:2 +2
PESSOAS	Rank: 3 +1	Rank: 4 +1	Rank 5: +0	Rank:6 +0	Rank: 2 +2	Rank: 1 +3
TOTAL	+1	+1	+2	+3	+6	+8

análise da proposta de valor da iniciativa



RESUMO DOS ACHADOS

DEMANDA POR UM ESPAÇO FÍSICO:

ADVOGADOS PRECISAM DE LUGARES PROFISSIONAIS PARA ATENDER CLIENTES

DEMANDA PARA HACKS E BOAS PRÁTICAS, MENTORIA E ACESSO A NETWORK:

CONTEÚDO EDUCACIONAL PARA ADVOGADOS FOCADO NA PRÁTICA E MENOS NA TEORIA

BASTANTE ESPAÇO NO MERCADO PARA MELHORAR MARKETPLACE DE ADVOGADO:

SOLUÇÕES ATUAIS NÃO CAPTURAM CLIENTES

MERCADO DO DASHBOARD SATURADO:

CLIENTES ATUAIS JÁ TEM VÁRIAS OPÇÕES DE DASHBOARD E NÃO QUÊREM APRENDER MAIS OUTRO SISTEMA

PIVOT SEGURO JURÍDICO PARA MODELO DE COBRANÇA FIXA:

ESCRITÓRIOS MÉDIOS JÁ ESTÃO USANDO ESSE MODELO DE COBRANÇA

STARTUPS NÃO VEEM VALOR EM TER SUPORTE JURÍDICO:

NÃO É UM DESAFIO DE FATO



“TRÓPO”, OU τρόπο, QUER DIZER “CAMINHO” EM GREGO.

O QUE É O TRÓPO?

É uma solução que utiliza diferentes canais para entregar valor tanto para advogados, ao acessibilizar conhecimento jurídico de qualidade e recursos para aprimorar a atuação de advogados autônomos, quanto para clientes finais, ao democratizar o acesso à justiça.

O Trópo tem como ambição contribuir para a transformação da cultura da advocacia no Brasil, com advogados mais humanizados, independentes e eficientes.

Pinheiro Neto Advogados estará à frente dessa mudança, sendo referência de conhecimento e boas práticas, e como pioneiros de uma grande inovação no mercado jurídico brasileiro.

TRÊS PILARES DO SERVIÇO

MAR
KETP
LACE

OMN
ICH
ANN
EL

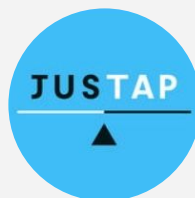
EDU
CAÇ
ÃO

POR QUÊ MARKETPLACE?



DIFERENCIAL PARA OUTROS MARKETPLACES EXISTENTES

SOLUÇÕES EXISTENTES FOCAM NO ADVOGADO, NÃO
AUXILIAM NA ESCOLHA, POSSUEM LINGUAGEM FRIA E
TRABALHAM O MASSIFICADO COMO COMODITIZADO...



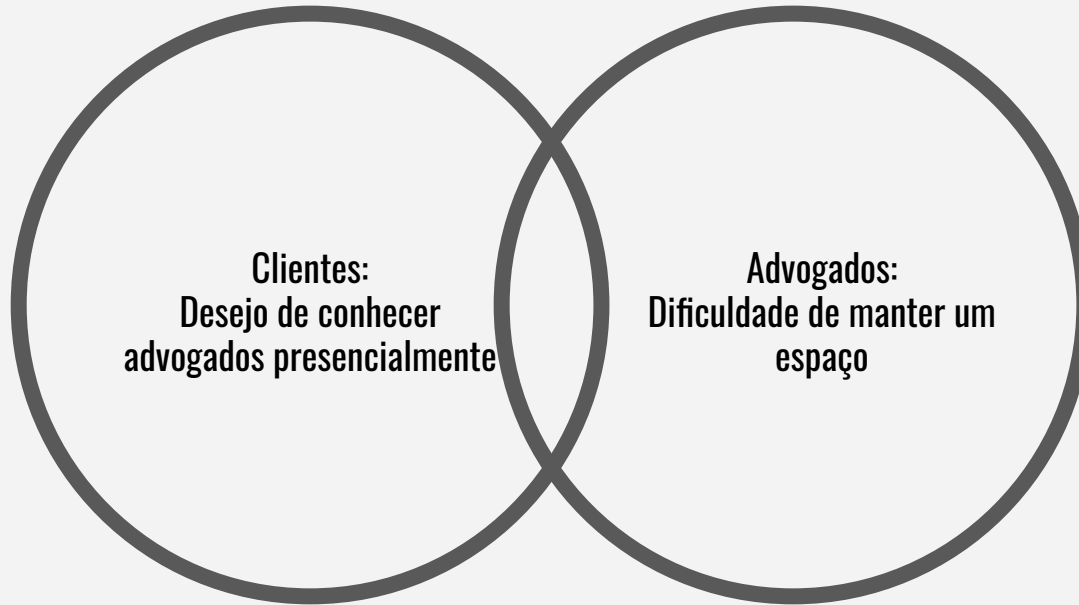
CASES: UBER E IKEA - CRIANDO UMA EXPERIÊNCIA DE 'LUXO' EM MERCADOS MASSIVOS



CASES: APPLE GENIUS BAR, GOFUNDING HAPPINESS AGENTS E GEEK SQUAD BEST BUY- ATENDIMENTO HUMANIZADO PERSONALIZADO



POR QUÊ ESPAÇO FÍSICO?



Geral: estratégia de captação sem propaganda; potencialização dos atributos de humanização; tendência de flagship stores e omnicanalidade

“SE EU TIVESSE PERGUNTADO PARA AS
PESSOAS O QUE ELAS QUERIAM, ELAS
TERIAM ME DITO UM CAVALO MAIS RÁPIDO”

henry ford

CASES: NIKE, AMAZON E AIRBNB - VOLTA AO PRESENCIAL, SEM PERDER O DIGITAL



CASES: STARBUCKS - SIMULANDO UM ESPAÇO PESSOAL EM UM ESPAÇO PÚBLICO



QUANTO MAIS CANAIS OS CLIENTES USAM, MAIS VALIOSOS ELES SÃO
compradores omnichannel tendem a :

13%
A MAIS DE
GASTOS
POR COMPRA

4% MAIS
EM CADA NOVA
OCASIÃO DE
COMPRA

10% MAIS
COMPRAS
ONLINE
DO QUE OS CLIENTES DE
CANAL ÚNICO.

<https://hbr.org/2017/01/a-study-of-46000-shoppers-shows-that-omnichannel-retailing-works>

**A MUDANÇA COMEÇA COM
PESSOAS, NÃO TECNOLOGIA**



**PNA PRECISA CRIAR UM
ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO**

TENDÊNCIAS DE COMPORTAMENTO OMNICHANNEL _VAREJO

Lojas físicas para marcas digitais

Customização

Busca facilitada por fotos

Experiências omnicanal

Lojas pop up

Compras sociais

Marcas “*private label*”

Marcas humanizadas

* <https://www.cpcstrategy.com/blog/2019/01/retail-trends-2019/>



10 Innovative Retail Trends to Watch in 2019

Posted by [Tara Johnson](#) on January 16, 2019 in [Ecommerce](#)

As always, with a new year comes new trends in the world of retail and ecommerce. From innovative retail technologies to surprising new sales channels, here are 10 of the top innovative retail trends to keep an eye on in 2019.

1. Physical stores for digital native brands

While digital native brands like Bonobos, Glossier, Casper, and Warby Parker started online, many are launching and expanding their physical presence.

According to real estate experts, digitally native brands are **predicted to open 850 brick-and-mortar stores in the next 5 years**, with New York being the most popular destination.



POR QUÊ EDUCAÇÃO E EVENTOS?



Geral: estratégia de captação sem propaganda; potencialização dos atributos de humanização;

MERCADO JÁ VALIDADO COM TICKET MÉDIO INTERESSANTE

ALGUMAS SOLUÇÕES ESTÃO EXPLORANDO O MERCADO, PORÉM COM ESPAÇO PARA NOVAS INICIATIVAS

OBS: TICKET MÉDIO DE R\$8K



DESIGN PRINCIPLES: O QUE É NECESSÁRIO PARA QUE A INICIATIVA PERFORME

HUMANIZADO, INDEPENDENTE, EFICIENTE

- aquisição de clientes: dupla dificuldade aquisição - necessidade de gerar “iscas” e diferencial para os dois públicos
- foco da atuação: direito simples, com criação de experiências
- target: classe B, B+
- importância da placa



vamos olhar
para como
resolvemos
estas questões

ANÁLISE SWOT

FORÇAS

- experiência do pna em prática jurídica e gestão
- experiência do pna em serviços de excelência
- custo operacional menor que um escritório próprio para o advogado

OPORTUNIDADES

- Os advogados indicados por conhecidos nem sempre são bons
- + de 1,1 mi advogados no Brasil
- + de 750 mil alunos de direito
- + de 1,3% do PIB gastos em litígios
- Alto índice de fechamento de escritórios (30% na última década)
- Estímulo à diversidade
- Redução de concursos públicos

FRAQUEZAS

- serviços jurídicos e advogados estão associados a problemas, o que pode respingar negativamente na avaliação do serviço e da experiência
- advogados despreparados/inexperientes impactam a qualidade do atendimento e o resultado final
- alto custo do espaço físico

AMEAÇAS

- Já existem diversas soluções de marketplace no mercado
- As pessoas confiam em advogados que foram indicados por conhecidos
- Hábito atual de consumo é o contato presencial, olho a olho;

Modelo e projeção de receita

A close-up photograph of a person's hands counting a large stack of US dollar bills. The person is wearing a dark blue t-shirt. The bills are fanned out, and the focus is on the hands and the money. The background is blurred.

O MODELO PERMITE MÚLTIPLAS FONTES DE RECEITA



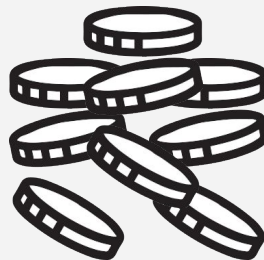
**PAGAMENTO DA
PLATAFORMA -
valor fixo por ficha
de contato**



**PAGAMENTO DO
ESPAÇO (desk flex
ou sala)**

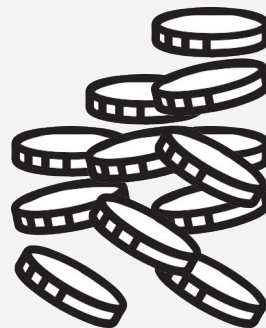


**ATUALIZAÇÃO DAS
PEÇAS GRATUITAS
- taxa mensal com
pacotes de uso**



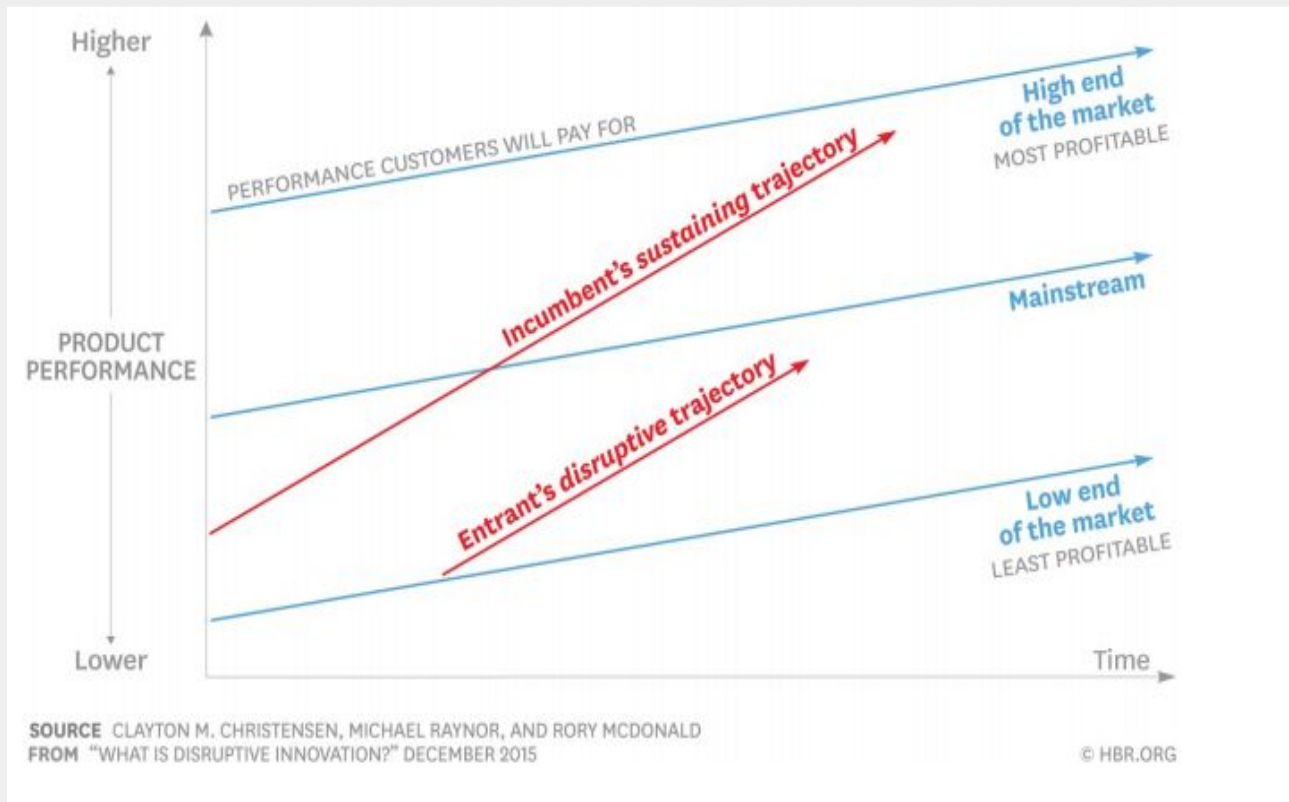
CURSOS ONLINE

**CURSOS/EVENTOS
OFFLINE**

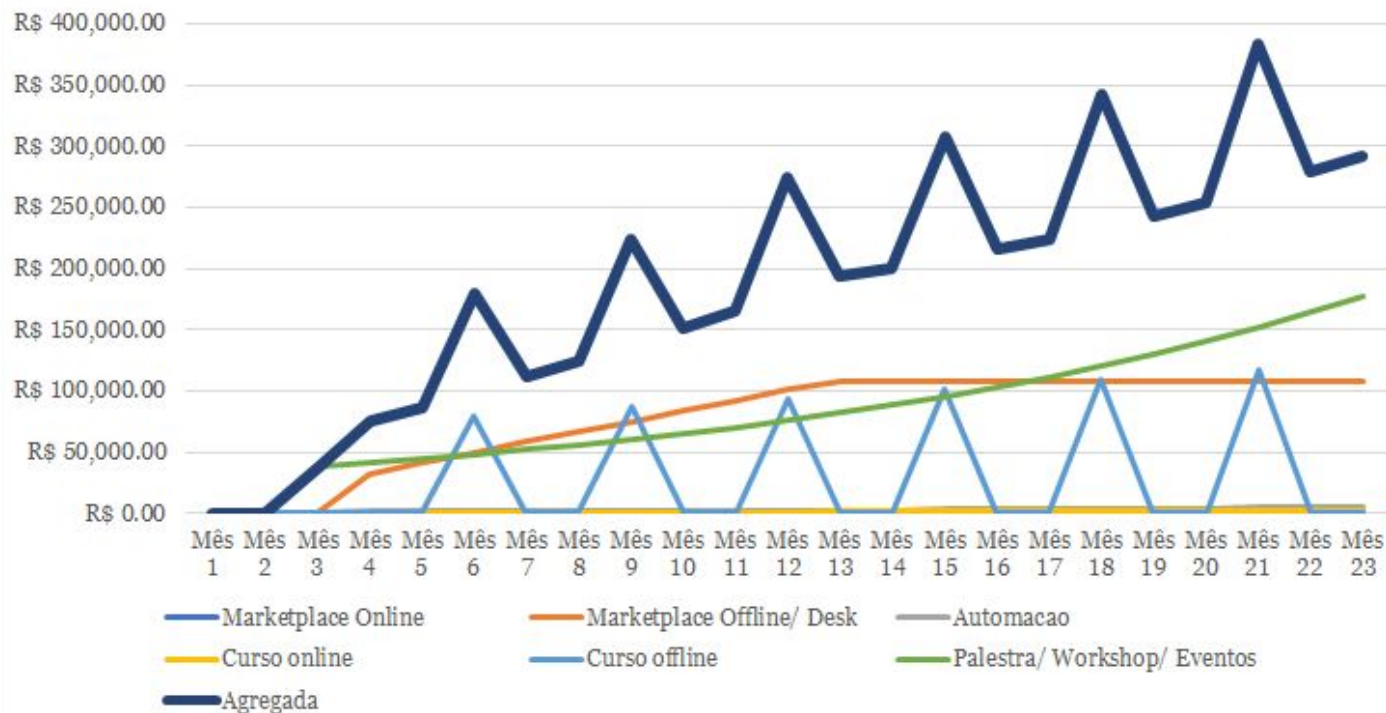


**% POR
FECHAMENTO DE
CONTRATO**

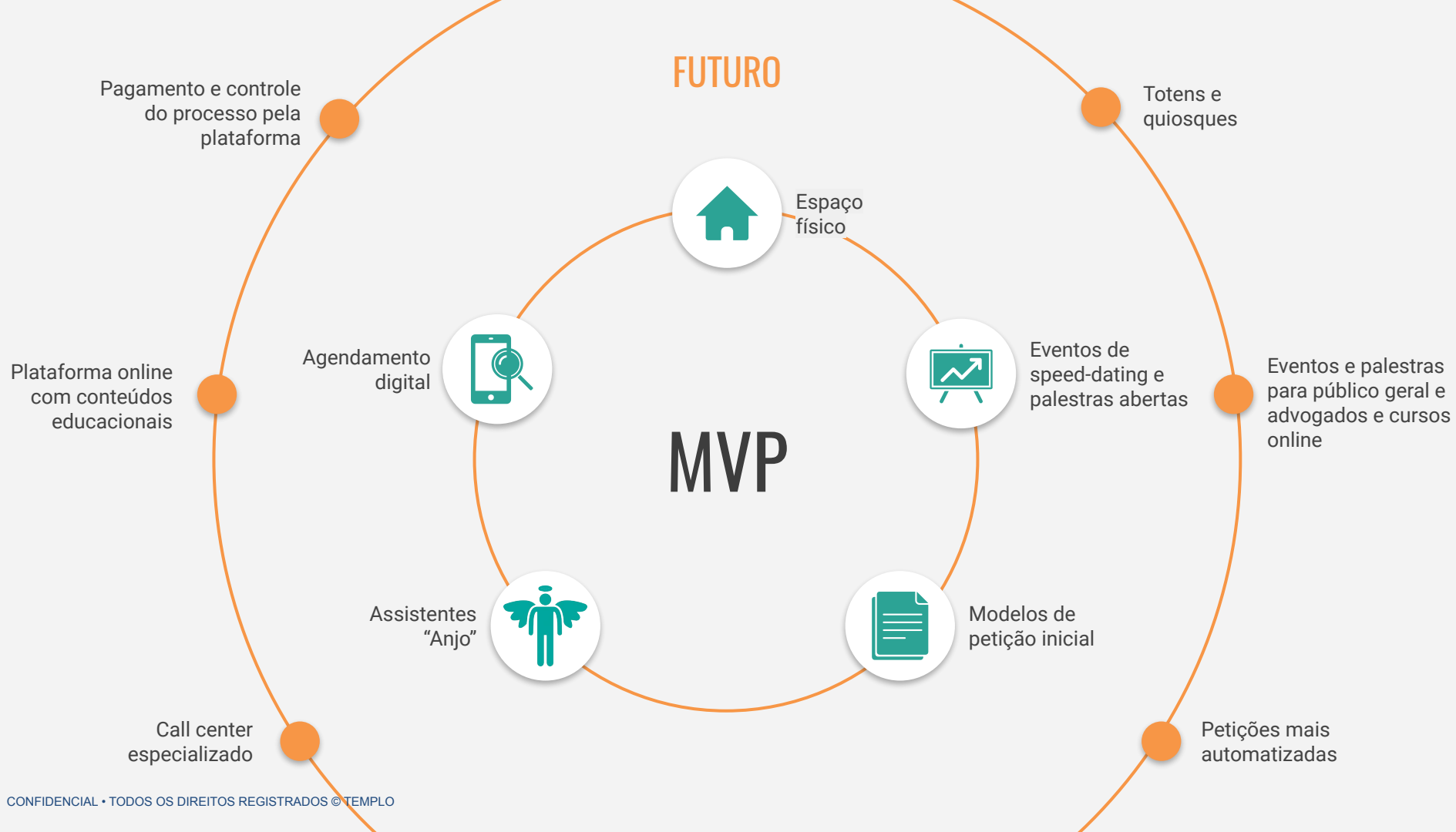
OPORTUNIDADE EM ATENDIMENTO MAINSTREAM PARA CLASSE B, B+



FONTES DE RECEITA



FUTURO



O QUE PRECISAMOS FAZER PRÉ-IMPLEMENTAÇÃO

- captação e curadoria de advogados - evento recrutamento

- captação de atendimento dos anjos

- estudo de jurisprudência para causas comuns

- preparação de peças modelo

- estudo de viabilidade e custo dos totens

O QUE RECOMENDAMOS TESTAR A PARTIR DA ONDA 1 DE IMPLEMENTAÇÃO

- conversão com primeira consulta grátis

- diferentes modelos de precificação

- frequência das notificações para o cliente

- tipos de atividade com maior busca e maior conversão

- locação de lojas popup

UMA NOTA SOBRE FORMAÇÃO DE HÁBITOS

