

ÉLÉGANT

# ÉLÉGANT

Um círculo reservado  
para marcas de prestígio  
e seus convidados especiais.

# Founder & CEO

## João Lauro da Matta

- **Sócio Reacty** - incorporadora de empreendimentos imobiliários compactos de alto padrão para investimento em bairros nobres de São Paulo;
- **Fundador HOMME** - clube social de *lifestyle* masculino de Luxo sediado em São Paulo, composto por grandes empreendedores e *C-levels* de empresas;
- **Ex-Foster Agent** das marcas francesas de Luxo **Rémy Martin** e **Louis XIII** em São Paulo.



# Partner & CTO

## Felipe Maffezzoli

- **Fundador *Hub XP*** - fábrica de *software* corporativo sob medida e *outsourcing* de programadores;
- **Co-Founder e Investidor de 03 startups;**
- **Desenvolvedor de *software full stack***, com mais de 10 anos de experiência.



# Partner & Adviser

## Freddy Rabbat

- Distribuidor exclusivo da *TAG Heuer* no Brasil;
- Co-fundador e Presidente da *ABRAEL* por 17 anos (Associação Brasileira das Empresas de Luxo);
- CEO da *Montblanc Brasil* por 24 anos.



# Contexto

## Vendas de Luxo

- Experiência memorável --> conexão emocional --> venda;
- Relacionamentos autênticos e personalizados --> fidelização.

## Problema

- Alto custo do *marketing* de experiências e relacionamento vs Orçamentos apertados.

## Necessidade

- Estratégia consistente para gerar **leads qualificados** e **aumentar vendas a preço cheio**, com **baixo investimento** e preservando percepção de **exclusividade** e **valor** da marca.



# Solução

**ÉLÉGANT:** plataforma digital *B2B2C* que conecta marcas *premium* e de *Luxo* a um público qualificado, que busca *lifestyle*, *status* e experiências exclusivas.

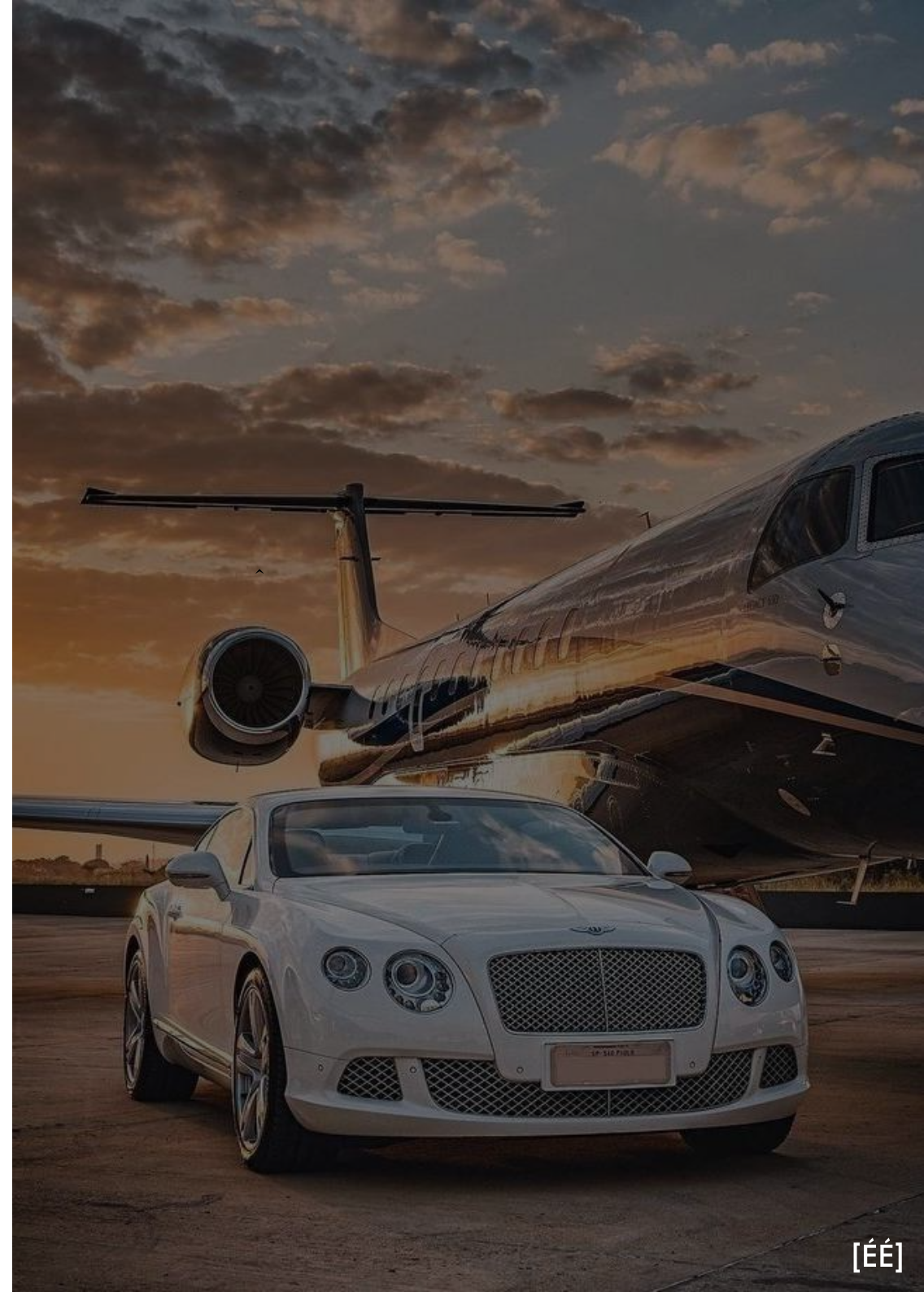
- **Objetivo:**
  - Formar e ativar comunidades de clientes especiais através de **(1) experiências de marca colaborativas** e de **(2) programa gamificado de premiação**.



# Proposta de Valor

## Para as empresas:

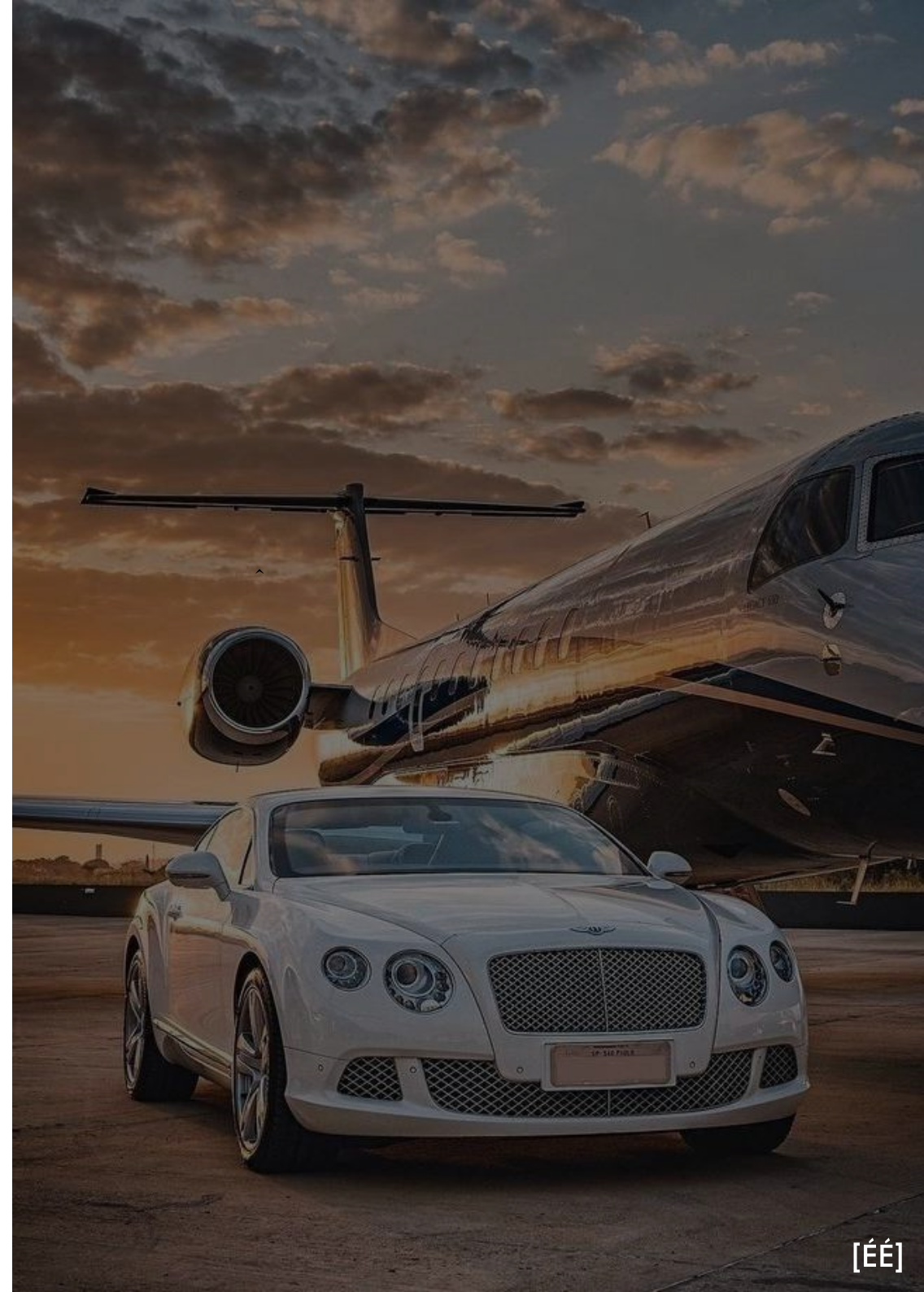
- Ações colaborativas:
  - **Rateio de custos;**
  - **Expansão da base de clientes** através do **compartilhamento** entre as marcas.
- Investimento no **relacionamento com base já existente**, com foco em **fidelização** e possibilidade de **cross-selling** e **up-selling**;
- Expansão de **brand awareness**;
- **Redução do CAC** e **aumento das vendas**;
- **Troca de experiências e boas práticas**;
- **Parcerias e novos negócios**;
- Calendário de cursos e palestras para **aperfeiçoamento profissional/empresarial contínuo**.



# Proposta de Valor

## Para os consumidores:

- Acesso a **prêmios e experiências exclusivas**;
- **Sentimento de pertencimento** a comunidade aspiracional;
- **Networking** de alto valor.



# Potencial de Mercado

## São Paulo

- **maior mercado consumidor de Luxo** da América Latina;
- **60% - 70%** das vendas de Luxo no Brasil;
- **+120 mil pessoas** com renda mensal acima de **R\$ 40 mil**;
- Tendência de **crescimento do consumo de experiências** em vez de produtos físicos.



# Segmentos

Empresas de diferentes segmentos de atuação, que tenham interface com o universo de interesses e necessidades do público consumidor do mercado de Luxo:

- **Bens Pessoais:** moda, acessórios, jóias, relógios, artigos de couro, beleza e fragrâncias, etc;
- **Automóveis e Transportes:** carros, barcos e aeronaves;
- **Experiências e Hospitalidade:** viagens e hotelaria, bebidas finas, gastronomia, charutaria, saúde e bem-estar, etc;
- **Real Estate:** imóveis de alto padrão e Luxo;
- **Serviços:** investimentos, gestão de patrimônio, bancário, de câmbio, jurídico, contábil, de tecnologia, saúde e estética, consultoria de imagem, visagismo, *fitness*, *coaching*, etc;
- **Outros:** mobiliário e decoração, arte e colecionáveis, cavalos, artigos esportivos, etc.



# Perfis

**Nossos clientes incluem empresas de diferentes perfis associadas a marcas *premium* e de Luxo:**

- **Nacionais:**
  - Fabricantes
  - Gestoras de marcas
  - Franqueados
  - Licenciados
  - Distribuidores
  - Revendedores
  - Prestadores de serviços
- **Globais:**
  - Subsidiárias locais
  - Distribuidores exclusivos
  - Revendedores
  - Prestadores de serviços



# Como Funciona

## Setup

- **Formação de microcomunidades de 3 a 5 empresas não-concorrentes, com DNA e posicionamento semelhantes e produtos e/ou serviços complementares.**
  - Exemplo hipotético:
    - I. TAG HEUER;
    - II. Porsche;
    - III. Moët & Chandon;
    - IV. FG Senna Tower;
    - V. Louis Vuitton.



# Como Funciona

## Campanha Anual

- **Assembléias Periódicas:**
  - Assessoria criativa, operacional e tecnológica ÉLÉGANT;
  - Planejamento das ações e prêmios;
  - Apresentação de resultados;
  - *Debrief* e ajustes de rota.
- **Ações OFFLINE:**
  - *Petit Comités*: até 5 eventos intimistas com participação de todas as marcas da micromunidade, mas protagonismo de uma delas por vez;
    - Listas de convidados: (i) base de clientes das empresas, (ii) curadoria de *mailing* especial, (iii) cadastros na plataforma e (iv) indicações;
    - Operacionalização por time ÉLÉGANT;
    - Cadastro dos presentes na plataforma;
    - Compartilhamento do *mailing* para *follow-up*.
- **Ações ONLINE:**
  - Disparo de mensagens personalizadas via plataforma, *whatsapp* e *e-mail*;
  - Ativação da base através de campanhas de venda com pontuação incentivada para viabilizar/acelerar resgate de prêmios específicos.



# Como Funciona

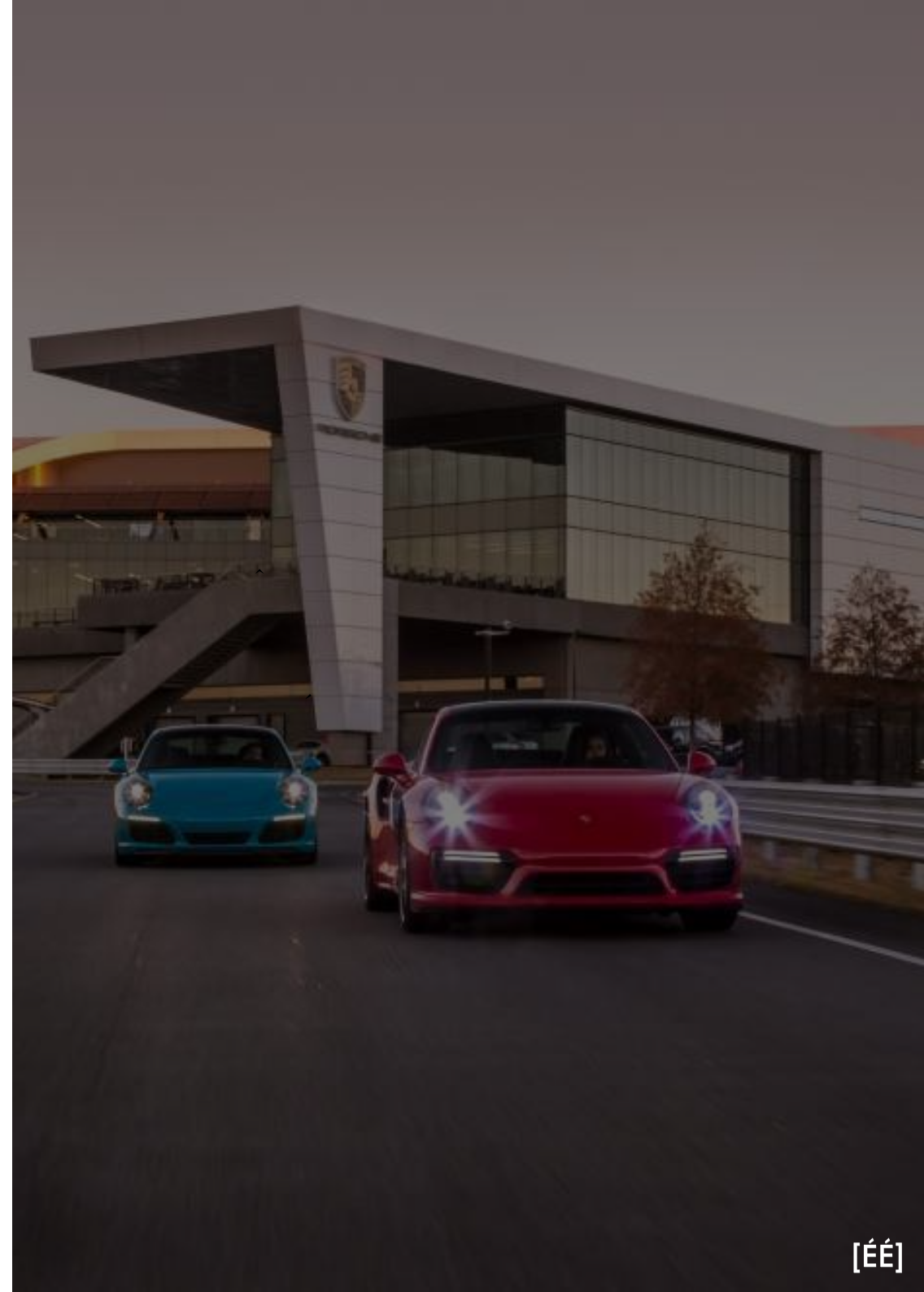
## Contínuo

- **Capacitação/Networking:**
  - Palestras e cursos para aperfeiçoamento profissional/empresarial contínuo;
  - Conexões profissionais de alto valor.



# Prêmios

- Definidos a cada Ciclo Anual;
- Resgatados por pontos gerados através de compras de clientes cadastrados na plataforma nas empresas associadas;
- Tipos: **(1) experiências oficiais ÉLÉGANT, (2) produtos e serviços, (3) cursos e imersões, (4) crédito livre em empresas parceiras e (5) ingressos para eventos sazonais;**
- Prêmios variando do “acessível” (baixas pontuações) ao “inatingível” (altas pontuações).
  - Exemplos:
    - **Acessível:** produtos de entrada personalizados, tratamentos *wellness*, experiências de marca no Brasil;
    - **Intermediário:** jantares em restaurantes de alta gastronomia, estadias em hotéis de Luxo;
    - **Inatingível:** experiência de marca extraordinária *all inclusive* no exterior.



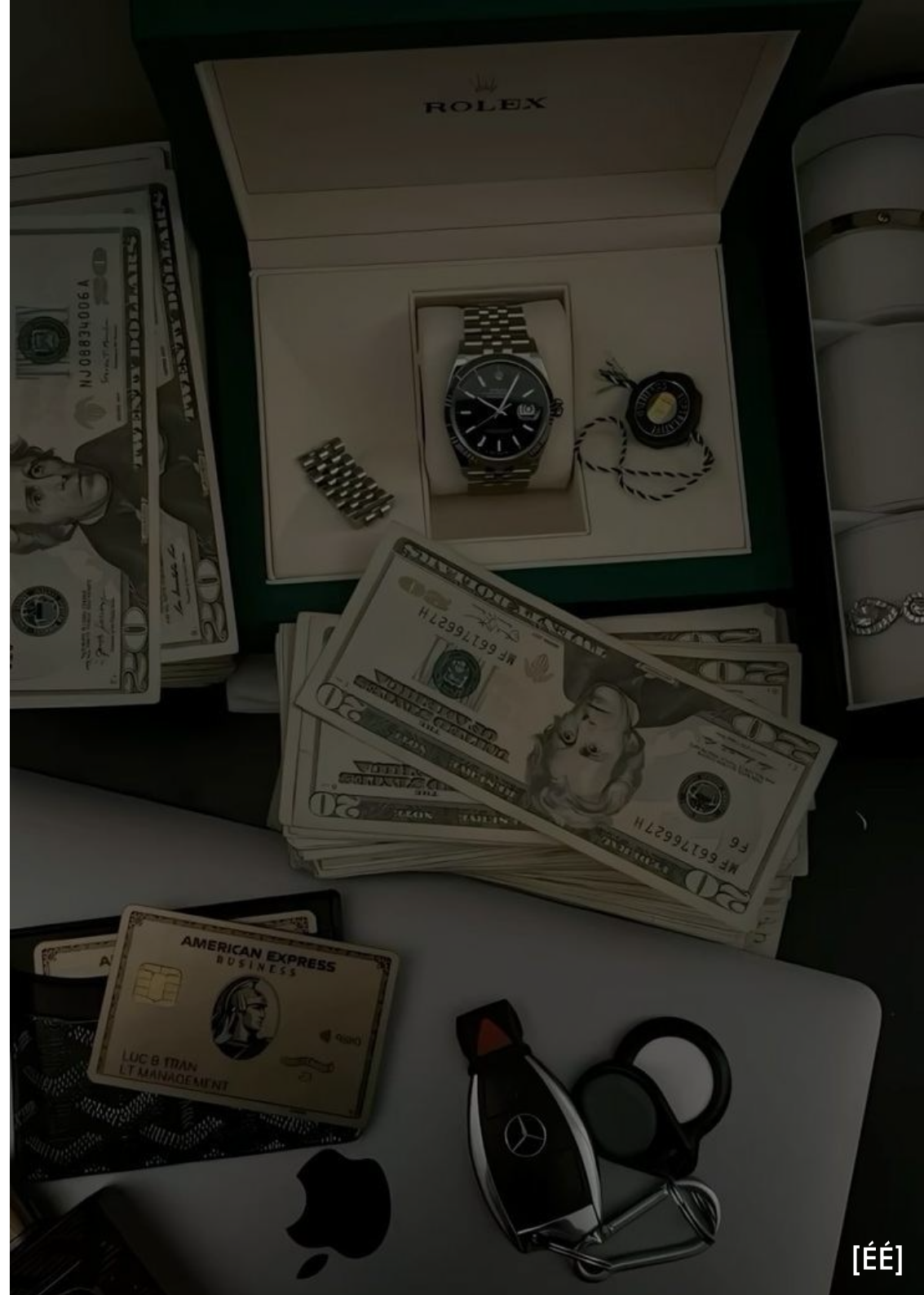
# Investimento

## Para as empresas:

- **Taxa de Adesão:**
  - R\$ 10.000,00, sendo 50% destinado a fundo de caixa para ações e 50% para ÉLÉGANT.
- **Custo Recorrente:** dependendo do número de empresas na micro-comunidade.
  - **5 empresas:**
    - Mensal = R\$ 2.500,00 (pré-pago); ou
    - Anual = R\$ 22.500,00 (25% off).
  - **4 empresas:**
    - Mensal = R\$ 3.000,00 (pré-pago); ou
    - Anual = R\$ 27.000,00 (25% off).
  - **3 empresas:**
    - Mensal = R\$ 3.500,00 (pré-pago); ou
    - Anual = R\$ 31.500,00 (25% off).
- **Cash-back-to-points:**
  - % pré-acordado caso a caso sobre as compras realizadas por clientes cadastrados na plataforma, convertido em pontos;
  - taxa administrativa ÉLÉGANT (custos fiscais).

## Para os consumidores:

- 100% gratuito.



# Pontuação

## Cash-back-to-points

- **Exemplo: 1%**
  - Cada R\$ 100,00 em vendas da empresa associada a clientes cadastrados na plataforma se traduz em R\$ 1,20 pagos à Élégant, com geração de 1 ponto para o resgate de prêmios.
- **Regras:**
  - Pontuação lançada pela empresa associada na plataforma e paga via PIX, boleto ou cartão (c/ taxa);
  - Os pontos só ficam disponíveis após confirmação de pagamento;
  - **Créditos não utilizados retornam para a empresa após 02 anos;**
  - Créditos retomados podem ser utilizados para (1) ações e eventos, (2) mensalidades, (3) resgate de produtos e serviços ou (4) premiações exclusivas.



