



# Gestão de Reputação 4.0 no setor de Criptomoedas

Prêmio Jatobá 2022 | Categoria Comunicação Integrada

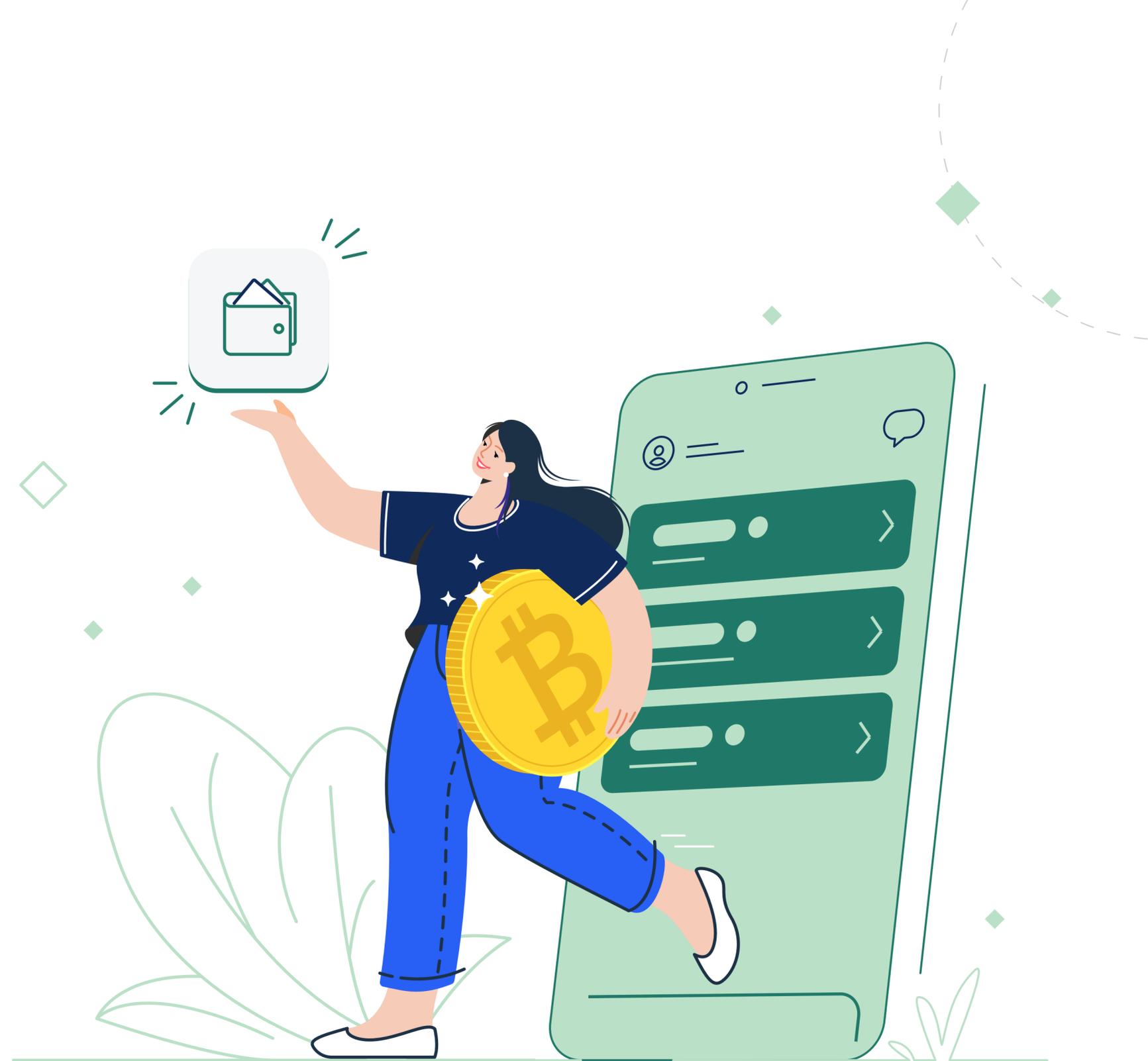


# Conheça a NovaDAX

Há cinco anos no Brasil, a NovaDAX é a maior exchange de criptoativos em número de clientes e volume de transações financeiras no país, segundo dados do CoinMarketcap.

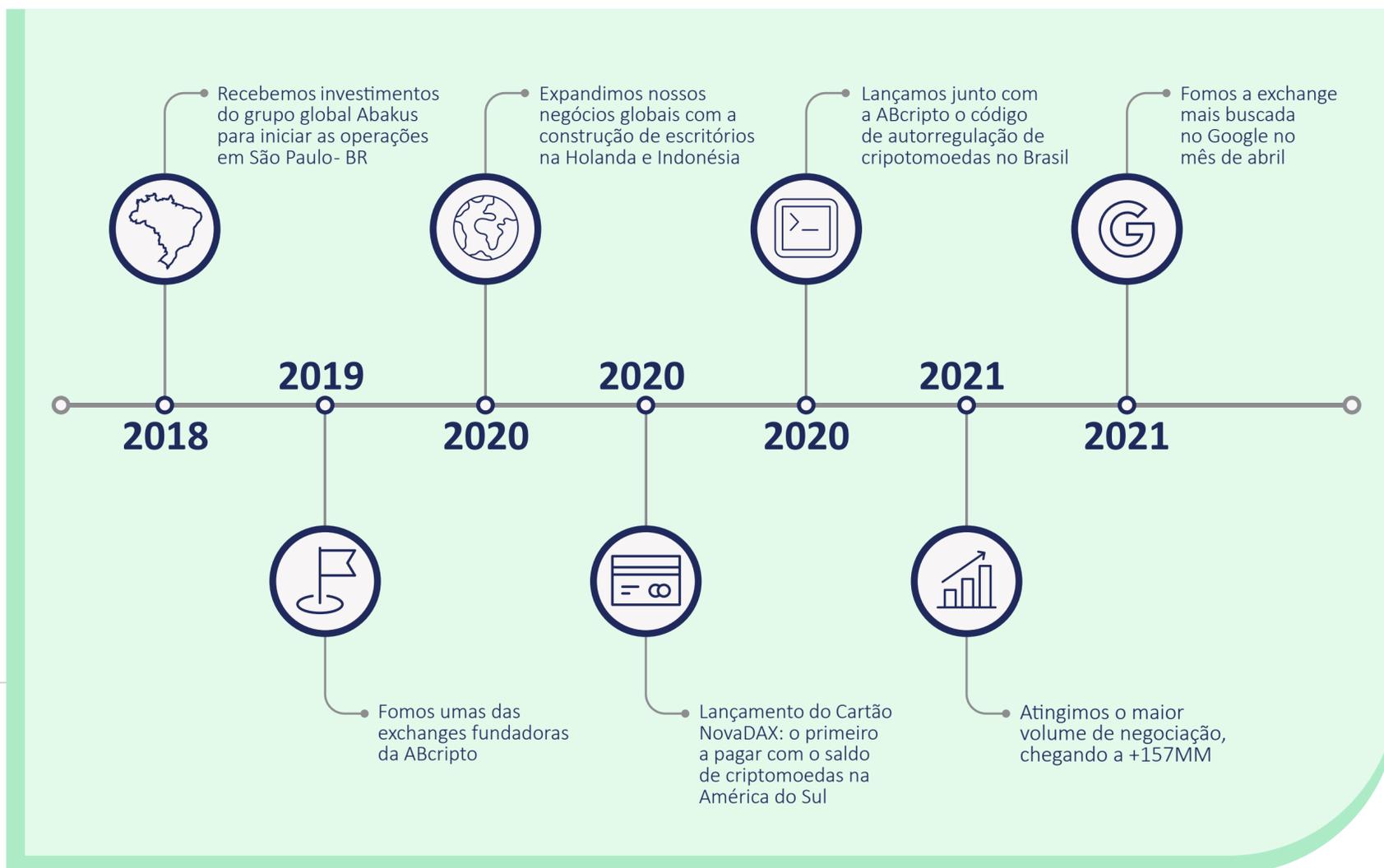
Seu propósito é inspirar pessoas a buscarem uma forma inovadora, livre e empoderada de gestão financeira, aplicando o que há de mais avançado em tecnologia e inovação no mercado de criptoativos.

O compromisso de construir um relacionamento estreito, de confiança e transparente com a sociedade e transformar essa experiência em um caminho para a realização pessoal, democratizando o acesso a criptoinvestimentos, é o que move a empresa.



# História e conquistas

Atuando na popularização do acesso a criptoativos no Brasil.



**2018** - Fundação no Brasil

**2019** - Atingiu a marca de 250 mil clientes

**2020** - Lançamento da primeira Conta Digital da América do Sul com cartão pré-pago para pagamentos com criptomoedas convertidas para real automaticamente

 Sede no Brasil, com expansões em andamento na Europa e Indonésia e diversos times na China, Londres, Suíça, Holanda e Indonésia;

 Mais de 750 mil usuários ativos no Brasil;

 Mais de 60 criptomoedas;

 + 157 milhões de transações de ATH em um único dia.

## Cenário

O investimento em criptomoedas cresceu exponencialmente nos últimos anos. O tema ainda é recente e o baixo conhecimento do consumidor em geral, somado à falta de regulamentação, gera desconfiança e descontentamento dos clientes e, conseqüentemente, impacta a reputação de muitas marcas que atuam no setor.

Em abril de 2021, a NovaDAX também contabilizava um alto índice de reclamações, muitas delas originadas pelo desconhecimento de pessoas que voltaram atenção para este tipo de investimento por conta de sua popularização.

## Desafio

# Construir relacionamentos de confiança, com base em diálogo e transparência.

Educar o mercado e construir um relacionamento de confiança com os públicos estratégicos da marca para fortalecer a reputação do setor de criptomoedas e da marca NovaDAX.



## Estratégia

# Identificar principais riscos à imagem e reputação da marca e redefinir o posicionamento da empresa por meio do protagonismo no mercado.

Com base em estratégias de Reputação 4.0, o planejamento de comunicação uniu ações de protagonismo da marca a iniciativas de aproximação e co-criação com públicos estratégicos, em especial clientes, concorrentes e a comunidade de investidores de criptoativos.

1. Mapeamento de Risco e pontos sensíveis da marca e do segmento;
2. Desenhar Narrativa com destaque para atributos e diferenciais;
3. Posicionar a marca como marca confiável na imprensa;
4. Criar canais de diálogo com públicos estratégicos;
5. Conteúdo Educativo;
6. Posicionar liderança como líder de opinião.



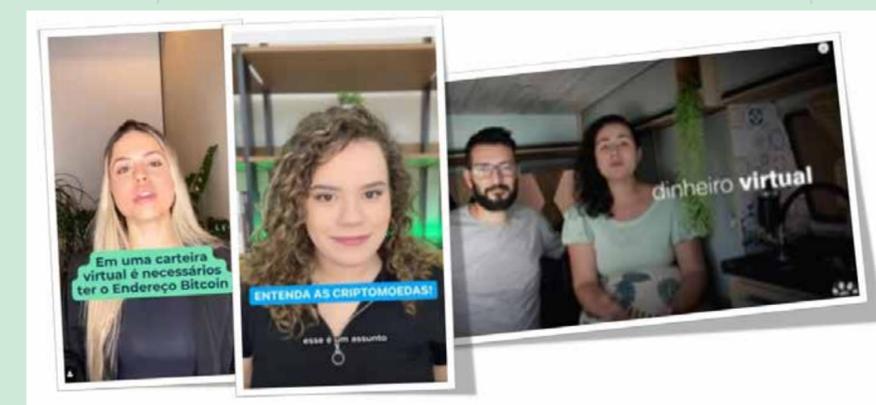
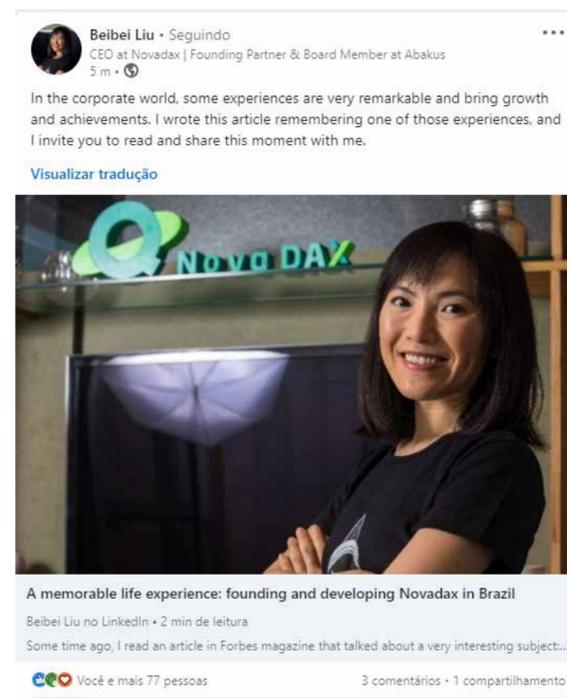


## Ações Realizadas

### REPUTAÇÃO DIGITAL

A partir dos insumos fornecidos pelo mapeamento e plano de gestão de crises e do position paper, preparamos as lideranças para atuar em situações de crise e no relacionamento com a mídia e usuários de mídias sociais.

- Estruturação de práticas e políticas de [social listening](#) e [SAC 2.0](#) para acompanhar menções à marca e responder a todas as dúvidas e questionamentos dos públicos nos perfis da marca;
- Posicionar os principais porta-vozes no mercado nos canais digitais, especialmente LinkedIn;
- Incubadora de influenciadores digitais com foco no setor, com o objetivo de estimular o crescimento deles junto com a NovaDAX;
- Novo projeto editorial para os canais oficiais da marca para educar investidores e o mercado;
- Investimento no relacionamento com os “Novalovers”, um grupo de usuários fãs da marca.



# Confiança se conquista com protagonismo e transparência

- Redução de **93,9%** no índice de reclamações e menções negativas, conquistando a média mensal de **14,58%\***;
- Crescimento de **56,7%** no volume de menções positivas, alcançando a média mensal de **7,69%**;
- Crescimento de **36,6%** na base de seguidores dos perfis oficiais nas mídias sociais;
- Aumento de **34,2%** no índice de engajamento médio nas mídias sociais, alcançando a média mensal de **3,5%\*\***;
- Conquista de presença de destaque em mais de **400** artigos na grande mídia e de **200** na mídia especializada, com uma valoração de **R\$ 221 milhões**;
- Alcance das notas **|8,6|**, **|4,6|** e **|4,6|** no Reclame Aqui, Google Play e App Store, respectivamente, demonstrando o índice de satisfação de clientes e usuários.
- Mais de **28** solicitações de entrevista e participação em artigos da grande mídia;
- Crescimento de **7,9%** na audiência dos perfis de lideranças no LinkedIn e conquista de posição de destaque na curadoria diária de temas e publicações realizada pelo time de conteúdo da plataforma;



\*Índice abaixo da média global de 50% para instituições financeiras, segundo dados da Brandwatch, 2020.

\*\* Acima das médias de 0,98%, 0,13% e 2% para Instagram, Facebook e LinkedIn, segundo dados da Sprout Social. 2022.

# Cronograma e investimentos



**Investimento total: R\$ 133.000, 00**

(consultoria, treinamentos, relacionamento com a mídia e social listening)

Desenvolvimento

# Equipe

## Equipe Novadax:

Thaís de Carvalho Marques – Gerente de Marketing

Natália Kirsten – Analista de Marketing

Matheus Lopes – Analista de Marketing

Aloízio Manuel do Carmo – Analista de Marketing

## Equipe Trama-Reputale:

Leila Gasparindo – CEO

Helen Garcia – Diretora de Estratégia Digital

Flávio Schimidt – Coordenador de Gestão de Crises

Fábio Saulo Costa – Gerente de Atendimento em RP

Kalil Blanco - Gerente de Estratégias Digitais

Fernanda Bueno – Coordenadora de Estratégias Digitais

Lucas Castro – Analista de Comunicação em RP

Jaqueline Alamini – Estagiária de Relações Públicas

Nayme Fortunato – Estagiária de Relações Públicas

Juliana Laureano – Estagiária de Marketing Digital