



syde, ao seu lado

syngenta

## Syde

Comunicação Integrada com inovação e proximidade para o lançamento de uma fintech revolucionária para o agronegócio

Começando do começo:

## o que é Syde?

Com o agronegócio aquecido, precisando de novas soluções financeiras, a **Syngenta**, líder global na produção de tecnologias agrícolas se dedicou a apoiar agricultores brasileiros em mais um de seus desafios, no âmbito das finanças. Surgiu, então, a oportunidade de lançar a fintech Syde.

**90% das propriedades rurais** têm cobertura de internet e quase **75% dos produtores** negociam crédito diretamente com outros produtores ou pequenas e médias instituições

A **Syngenta** tem como principais clientes **revendas e cooperativas** que precisam de crédito para produzir mais

São **mais de 1700 startups** focadas no agronegócio, que receberam **US\$ 109,2 milhões em investimentos** nos últimos anos – **US\$ 82 milhões** só em empresas que trabalham com soluções de financiamento

Na prática,

## como funciona?

Syde é uma **plataforma de soluções digitais** para produtores, revendedores e cooperativas de todos os portes. Ou seja, uma **conta digital** que viabiliza o acesso a crédito, realização de pagamentos, transferências, seguros, cobrança, investimentos e cartões.

“Existe bastante crédito para o agronegócio, mas ele não chega até a ponta da cadeia de produção”

Fábio Neufeld, Head de Soluções Financeiras da Syngenta



syde

Solução **modular e customizável**, permitindo que esses clientes façam virtualmente a gestão e a contratação direta dos serviços

# Para que essa solução chegasse no seu público (revendas, cooperativas e pequenos e médios agricultores), uma boa história precisava ser contada

E, assim, o **objetivo** da Syngenta foi transformado em três **pilares de comunicação**

“Temos que passar a ideia de que o produtor pode procurar a gente com qualquer problema relacionado a serviço financeiro. Se existir uma solução com custo factível, nós vamos trazer pra dentro do Syde”

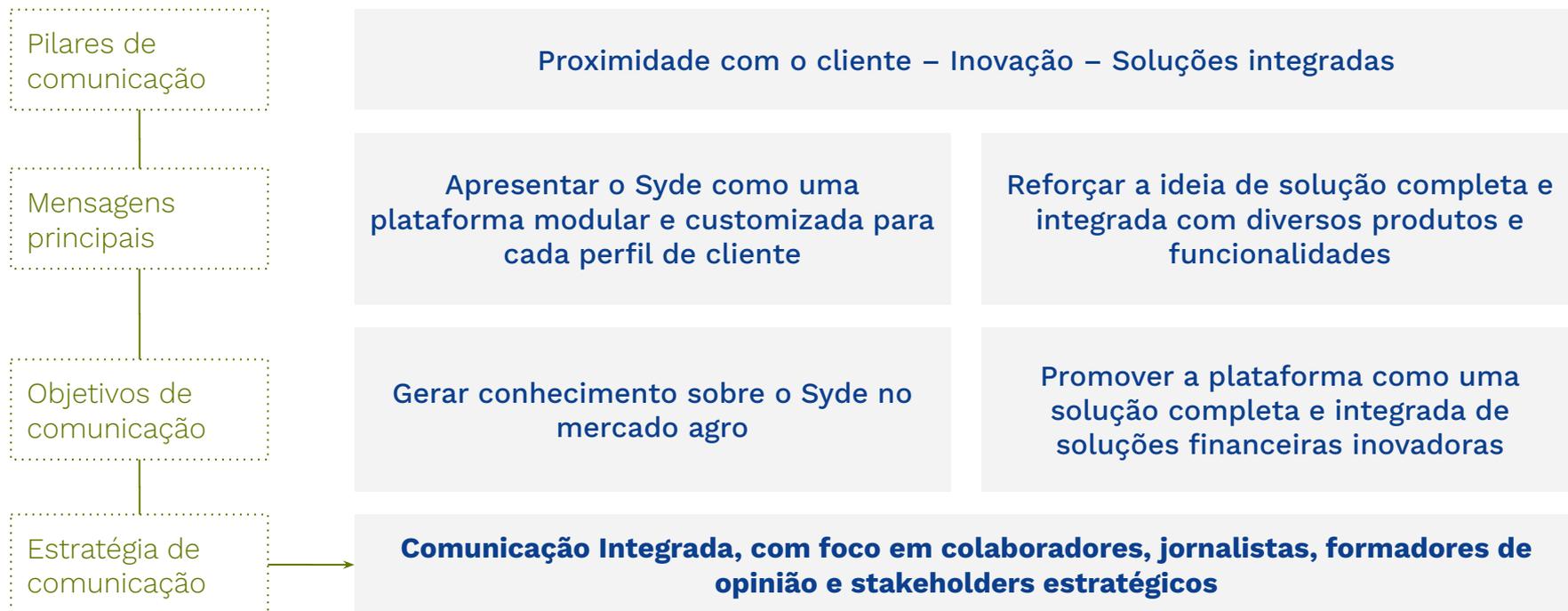
Fábio Neufeld, Head de Soluções Financeiras da Syngenta

Proximidade com o cliente

Inovação

Soluções integradas

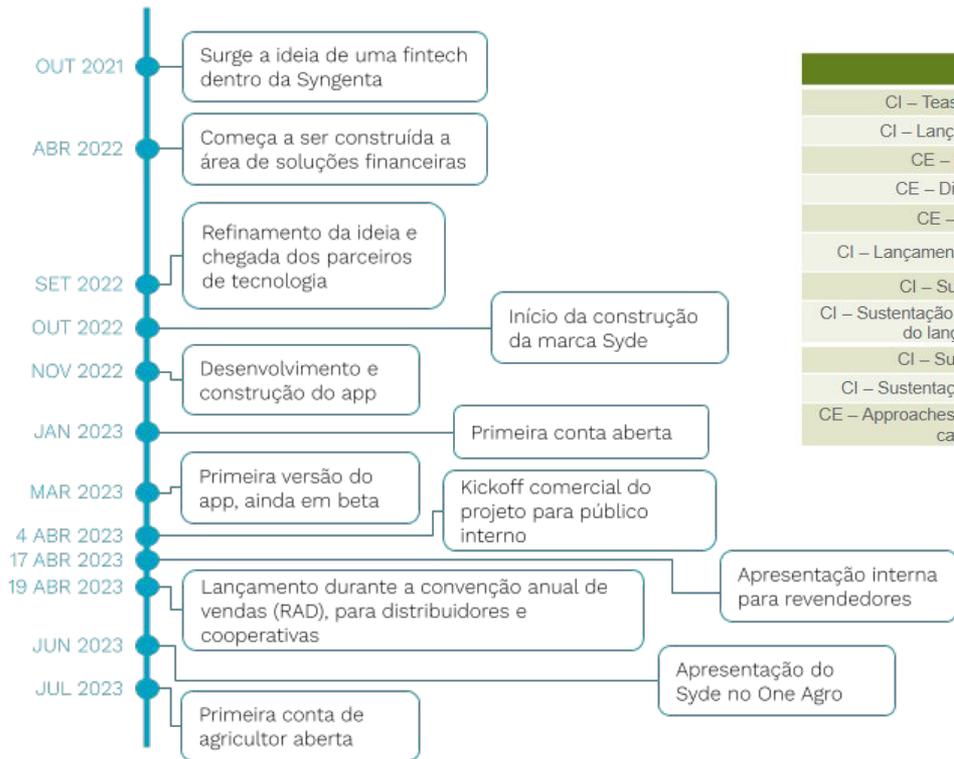
# Assim, montamos a estratégia de comunicação



**E essa estratégia foi desmembrada em diferentes meios e canais, de acordo com o objetivo de cada um**

<b>Canal</b>	<b>Objetivo</b>
Comunicação Interna	Promover e engajar o público interno para o lançamento interno e alinhar o papel de cada colaborador
Relações Públicas	Construir a imagem do serviço e promover os benefícios e vantagens com os veículos especializados, gerando mídia espontânea
Propaganda	Gerar conhecimento e consideração da marca Syde por meio de publicidade e conteúdos relevantes, produzidos para o público produtor
Experiência do cliente	Promover experiências da nova marca no campo, junto com os agricultores e parceiros, considerando os diferentes pontos de contato

# A partir disso, o **cronograma de comunicação** passou a correr em paralelo ao **cronograma de desenvolvimento do produto**



Ação	Abril – W1	Abril – W2	Abril – W3	Abril – W4	Mai-Dez
CI – Teaser/spoiler no Lidero de abril	█				
CI – Lançamento no Lidero WhatsApp	█				
CE – Entrevista com embargo		█			
CE – Divulgação do press release	█	█			
CE – LinkedIn de executivos	█				
CI – Lançamento no Cultura/Yammer – Destaque		█			
CI – Sustentação em Cards e TV		█			
CI – Sustentação no Cultura/Yammer – Mais detalhes do lançamento + evento + vídeo			█		
CI – Sustentação no Cultura Cast				█	
CI – Sustentação no Lidero de maio – Relembre					█
CE – Approaches com a imprensa tendo a syde como case de fintech no agro					█

As ações acima mencionam canais internos da Syngenta como “Lidero” (voltado a gestores da companhia) e “Cultura” (newsletter bisemanal da empresa).

# Alguns exemplos dessas ações

## Eventos

Webinar para mais de 2 mil funcionários, kickoff comercial, reunião estratégica para distribuidores e cooperativas e fórum promovido pela Syngenta para entidades e empresários do agronegócio



## Com. Externa

Entrevistas exclusivas, press releases publicados, posts em redes sociais e vídeo no YouTube com perguntas e respostas



## Com. Interna

Newsletter e grupo de WhatsApp para a liderança da Syngenta, newsletter para todos os funcionários, podcast no Spotify para público interno



Estes **números** ajudam a dimensionar o que foi feito na **comunicação** do lançamento do Syde

E mostram como esse esforço levou também a bons **resultados de negócio** (mesmo em pouco tempo) para a **Syngenta**

#### Cientes e parceiros

Mais de 1000 presentes em encontros com empresas e entidades do agronegócio

#### Imprensa

Entrevistas com Valor Econômico, Finsiders e mais de 30 matérias publicadas



#### Redes sociais

7 publicações com mais de 50 mil impressões, 2700 curtidas e 600 cliques

#### Comunicação interna

1 evento presencial e 10 ações de comunicação em 6 canais diferentes

#### 2 revendas já abriram contas

Usando as soluções financeiras do Syde



#### 3 estão para entrar

Até agosto de 2023



#### 15 estão na fila de espera

E serão Syde até o fim de 2024

Interesse do mercado em parcerias

**2 parceiros atuais, 3 por entrar na operação**

Demanda de produtores por crédito sendo atendida

**R\$ 30 milhões demandados**

# E como foi contar essa história?

Para além dos números, como se mede o sucesso de uma estratégia de comunicação? Contar a história do Syde a partir de uma lógica de Comunicação Integrada envolveu diferentes combinações de públicos, canais, conteúdos e formatos. E, por isso, foi um desafio.

Mas seja lendo em uma newsletter, ouvindo alguém falar em um podcast ou recebendo a informação em um grupo de WhatsApp, era importante que as mensagens residuais fossem sempre as mesmas: proximidade com o cliente, inovação, soluções integradas. Para a Syngenta, isso aconteceu.

A Comunicação Integrada permitiu, assim, que o público entendesse cada peça de comunicação, mas também a percebesse como parte de uma história que pode e deve continuar a ser contada.

