

## **PRÊMIO JATOBÁ – CATEGORIA PROJETO ESPECIAL**

### **Como a comunicação corporativa pode ajudar uma startup na busca por reputação, clientes e investidores**

#### **AÇÃO**

Fundada pelos empreendedores Marcelo Noll Barboza e Octavio Fernandes, a startup Labi Exames nasceu com um conceito disruptivo: oferecer acesso a exames de análises clínicas com rapidez e qualidade para os brasileiros que não possuem plano de saúde.

Ao iniciar o trabalho de lançamento da nova marca, coube à Press à Porter Gestão de Imagem criar uma estratégia de comunicação calcada nos seguintes pilares: a experiência dos fundadores, ex-executivos da Dasa e de empresas de saúde com tecnologia de ponta; o modelo diferenciado do negócio, baseado em tecnologia para proporcionar acesso com qualidade; o modelo diferenciado de venda de exames, por pacotes com diagnóstico didático que pode ser compreendido de forma simples pelos pacientes, encorajando a busca por um médico especialista.

Foram definidos três públicos-alvo primários: investidores dispostos a aplicar recursos na startup; médicos, para que compreendessem o novo modelo de laboratório; e pacientes, estimulando a procura pelos serviços do Labi.

#### **PLANO DE AÇÃO**

Em um primeiro momento foi criada uma estratégia de relações públicas para o lançamento da marca de forma estratégica. Após análise da empresa e de seu mercado, a agência criou todos os materiais necessários para que os executivos pudessem representar a companhia para o público de forma alinhada com os objetivos do negócio.

Foi criado um calendário de ações de comunicação que previa a busca por espaços nobres de exposição para a comunicação com investidores; o levantamento de temas médicos em que o Labi e o Dr. Octavio Fernandes, fundador e diretor médico da rede de laboratórios, pudesse oferecer informações de serviço à saúde dos pacientes, evidenciando que por trás da nova marca há muita experiência; e o mapeamento de outras oportunidades de relações públicas para o laboratório, como prêmios e programas dirigidos a startups.

Um dos desafios era lançar a marca de forma nobre, em veículos com prestígio e voltados para investidores. Como se sabe, empresas startups, ainda sem faturamento expressivo, contam com espaços reduzidos nesses veículos (em geral em seções voltadas para PME). O fato é que o Labi Exames foi lançado na imprensa com uma reportagem de mais de meia página assinada por uma das mais importantes jornalistas da área médica.

De outubro de 2017 a Setembro de 2018, o Labi Exames esteve nas páginas ou em encontros de relacionamento com jornalistas dos mais importantes veículos de negócios do país, como: Exame, IstoÉ Dinheiro, Valor Econômico, Pequenas Empresas

& Grandes Negócios, O Estado de S. Paulo etc. A Press à Porter iniciou também um programa de relacionamento com veículos estrangeiros voltados a investidores em países emergentes e conquistou exposição positiva no website Mergemarket.

## **RESULTADO**

O trabalho rendeu não apenas exposição em mídia (foram mais de 250 inserções em veículos de negócios e saúde), mas a efetiva atração de investidores e pacientes. O Labi Exames hoje conta com cinco unidades, todas na cidade de SP, mas se tornou uma marca referência para reportagens voltadas para o acesso à saúde de qualidade.

Por sugestão da agência, que produziu um vídeo contando toda a história de empreendedorismo que resultou na criação da marca, o Labi Exames inscreveu-se no Ranking 100 Startups to Watch, ranking das startups mais promissoras do Brasil realizado pela Consultoria EloGroup e pelas revistas Pequenas Empresas & Grandes Negócios e Época Negócios. A iniciativa tem o objetivo de selecionar as startups com maior potencial de inovação e crescimento no ano de 2018. O Labi Exames é uma das 12 companhias do segmento de saúde/bem estar que integram o ranking.