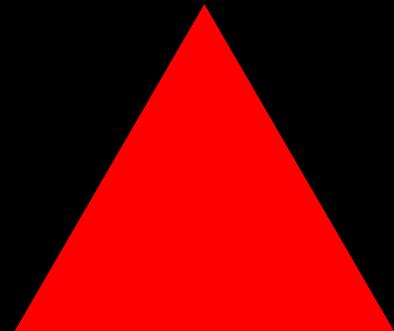


SEXYCANVAS



O que é o SexyCanvas?



- Uma metodologia para criar **marcas memoráveis, irresistíveis que "eletrificam" a cabeça do cliente.**

- Foi criada por Andre Diamand, ex-executivo da IBM que criou a sua própria empresa de Segurança da Informação, a Future Security, atual membro do conselho da Associação Brasileira de Startups, CEO e Investidor Anjo na VentureOne. A metodologia é criada com base no funcionamento do **nosso cérebro mais "primitivo"**, o ID de Freud.

O mundo é sexy, não importa o segmento

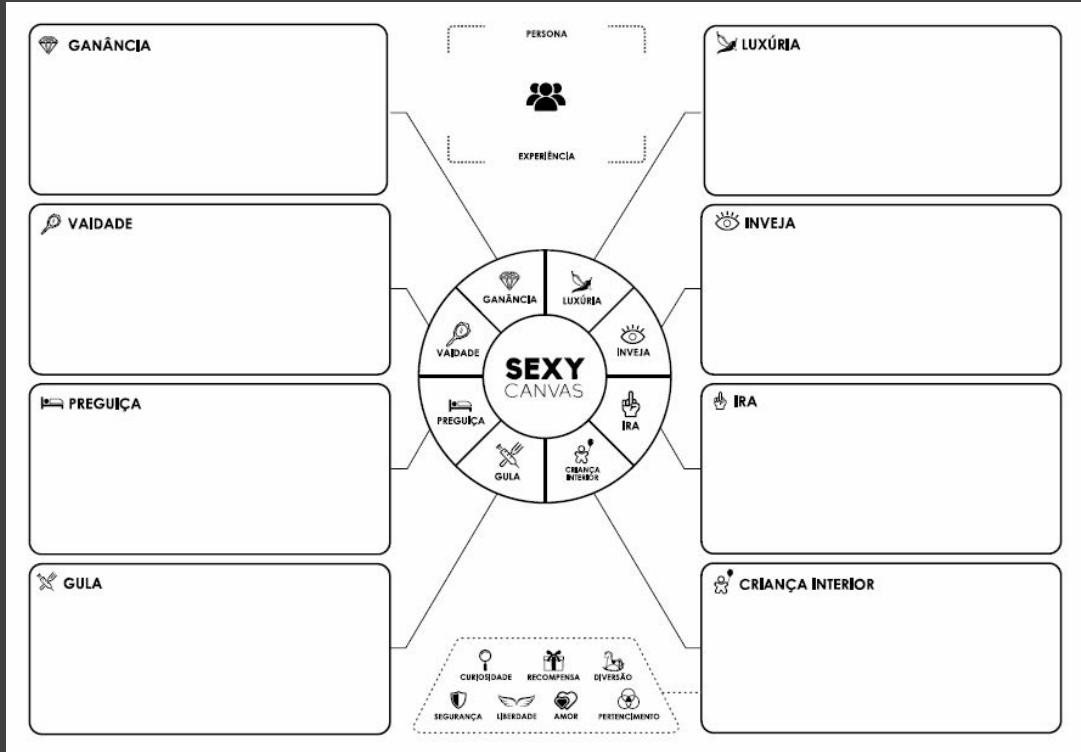


SexyCanvas é uma metodologia versátil que serve para todos os segmentos de mercado, seja o B2B, B2C, infoprodutos, serviços, marketing pessoal...



“There is No B2B or B2C: It's Human to Human” - Bryan Kramer

O SexyCanvas mexe com o cérebro primitivo do ser humano, portanto, quando a metodologia é bem aplicada, ela desperta gatilhos **incontroláveis e inconscientes**.



O SexyCanvas



Forgive me father
for i am about to sin...

O que é cada item do **SexyCanvas**? •••

Os Sete Pecados



GANÂNCIA/AVAREZA

fazer seu cliente se sentir especial,
mostrar que ele está levando uma
vantagem de ganhar mais
(ganância) ou **pagar menos**
(avareza).



VAIDADE

fazer seu cliente se sentir **melhor**
diante de outros.



PREGUIÇA

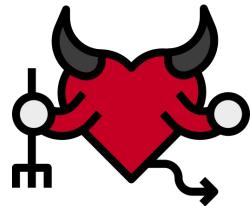
Tudo que **facilita a vida do seu cliente**. Exemplo - você pode fazer isso oferecendo um suporte melhor que não demore 3 dias, um prazo de entrega mais curto...



GULA

É tudo aquilo que **vicia/causa vício** ou mesmo **comida propriamente dita**. Ex - Netflix libera todos os episódios de uma vez, stand feira com cerveja, café com biscoitinho do lado, etc.





LUXÚRIA

O que **gera excitação** no ser humano, seja ele a própria questão **erótica** ou uma **luxúria material**, como a **sensação de usar um rolex** (status).



INVEJA

É utilizado para **atrair novos clientes**. se você fosse a Smart Fit e desse 50% de desconto nos cinemas para os seus clientes, a experiência para clientes é avareza, porém, na **sua comunicação**, você usa isso para **fazer inveja** em que **ainda não é o seu cliente**.



- ◆
- ◆
- ◆

IRA

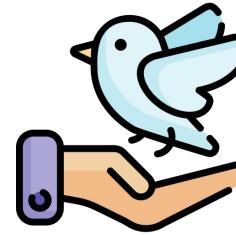
Conhecido no marketing como **inimigo comum**. Por exemplo, se você é uma empresa de contabilidade, você pode usar impostos como inimigo comum, a empresa de contabilidade é seu aliado contra os impostos e te ajuda a reduzir a carga tributária absurda do brasil. Você usa a IRA para dizer que **luta contra algo junto com o seu cliente**.

A Criança Interior



SEGURANÇA

Se o cliente se sente inseguro, nada funciona. **Passe segurança** para o seu cliente.



LIBERDADE

Se você notar na constituição dos países – liberdade aparece sempre, **direito de ser livre**, livre de poder emitir suas opiniões, **liberdade é essencial para a criança interior** e para o adulto que mantém essa criança.



AMOR

• **O amor é bem abrangente.**

Vale sobre amor próprio que tem muito haver com vaidade, amor ao próximo, amor aos menos favorecidos, amor ao planeta – empresa por exemplo que cuida do planeta, não gera poluição, o amor vale também para o carinho, o relacionamento, família.



PERTENCIMENTO

• **Pertencimento no mundo em que vivemos é essencial.** Você se sente pertencente a uma congregação, uma igreja, sua própria família, um time. Por questões de segurança que vem desde a pré história, mesmo questões emocionais eles se sentem melhor pertencendo.





CURIOSIDADE

Aprender mais, saber mais, novidades. **O ser humano é impulsionado pela curiosidade.**

RECOMPENSA

Toda criança ama **ganhar presente**, mercado de unboxing, reciprocidade.



DIVERSÃO

Ser humano **ama diversão**, exemplo disso o próprio
mercado de lazer/diversão gera bilhões.

Como utilizar o SexyCanvas?



- ◆ O canva **inicia pelos pecados**, pela ganância e **por último a criança interior.**

- ◆ Na **persona** sempre colocamos a experiência que vamos analisar por exemplo **a experiência de ser "cliente itaú".**

- ◆ É indicado usar 2 post it de cores diferentes, o **amarelo** são as **experiências que já existem ou queremos implementar**, o **laranja** são as **experiências ruins atuais que devem ser aprimoradas.**

- Devemos agendar uma **reunião de brainstorm** para **anotar diversas ideias, sem julgamento**, apenas **no final faz um pente fino** e analisa qual ideia realmente **faz sentido ser implementada**.
- Além do canva da sua empresa, **é aconselhável fazer um canva da concorrência**, para assim analisar a concorrência.



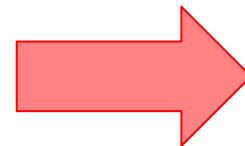
Agora vamos para a **prática**...



Exemplos



- 
- 



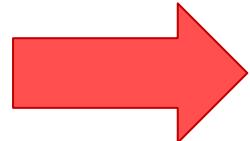
Headline =
Arquétipo do Mago
+ **Preguiça** no
SexyCanvas

Exemplos



COMO UMA GRANDE INDÚSTRIA AUTOMOTIVA
REDUZIU 60%
DE HORAS TRABALHADAS

iCARO TECH



Esse carrossel no linkedin gerou uma reunião de vendas com a Bosch e a Bosch é atualmente nosso cliente.

Resultados



Maior projeto da história da empresa em 25 anos, uma venda de **R\$25 milhões de reais**.

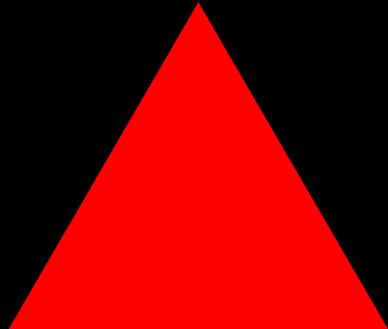
Aquisição de novos clientes com **potencial de upsell, ELO, Bosch, Renner**, etc.

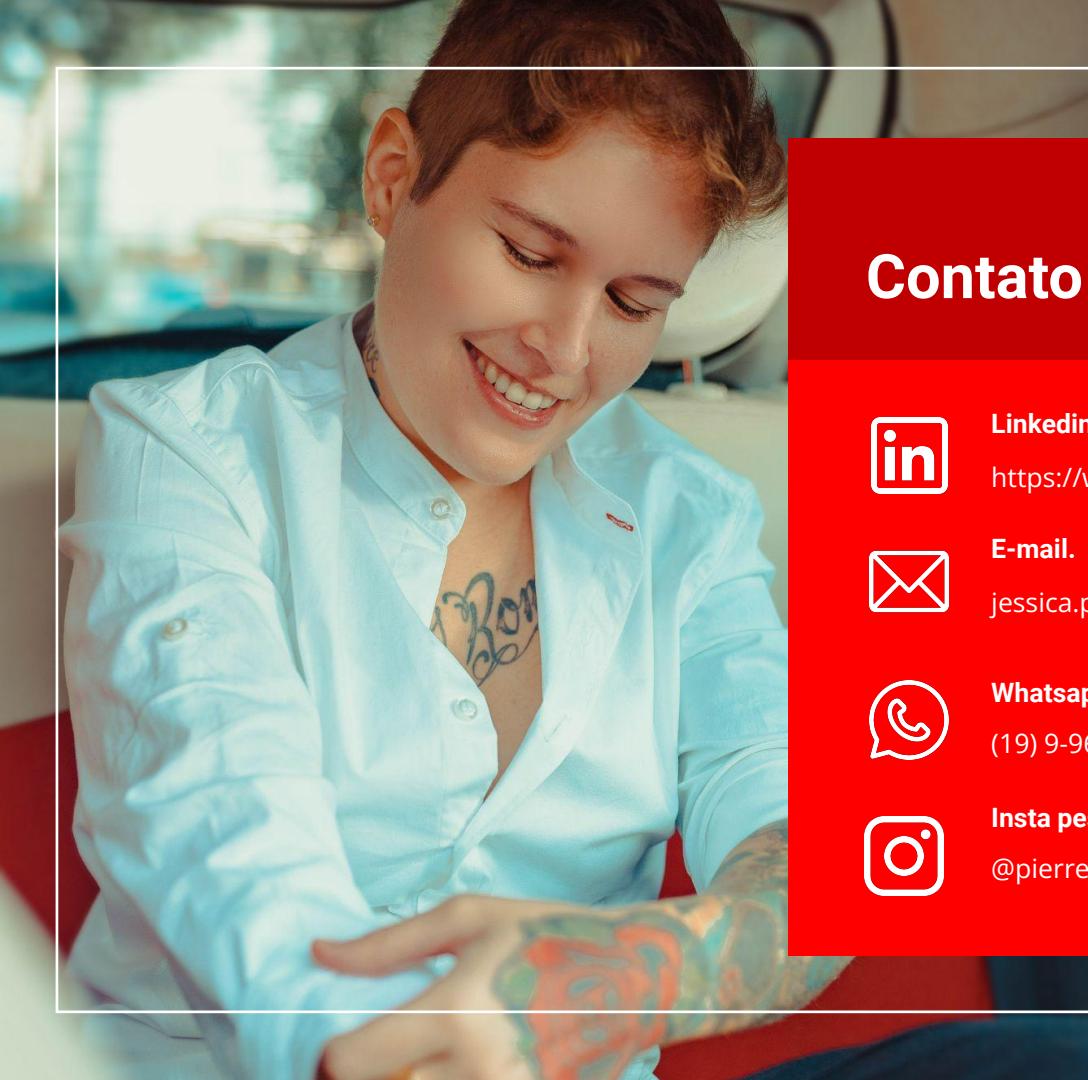
Ps. são vendas complexas, aqui a **venda não acontece somente no digital**, então é preciso ter pé no chão.

Resultado pessoal - ganhei uma **promoção no trabalho** por criar toda a estratégia de branding da empresa baseada nos arquétipos de marca e no **sexycanvas**, e isso foi apresentado para os membros do conselho internacional.

• • •

Obrigada!





Contato



Linkedin - Jessica Pierre, Sc.M.

<https://www.linkedin.com/in/pierrejessica/>



E-mail.

jessica.pierre@icarotech.com



Whatsapp

(19) 9-9667-6950



Insta pessoal

@pierrejessica