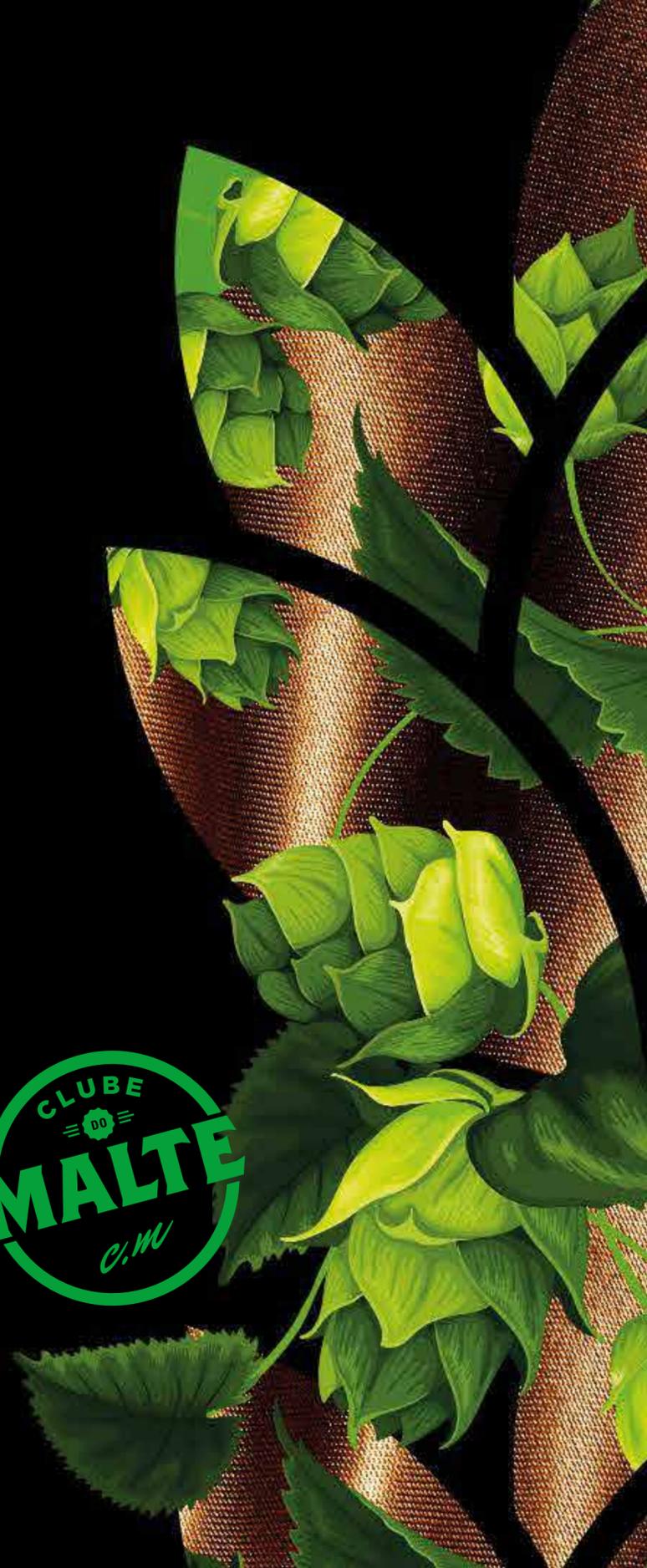


*C.M.*

# PITCH DECK

SETEMBRO 2023



*CM*

# 1. QUEM SOMOS

# CM I.I. O CLUBE DO MALTE

**MAIOR** VAREJISTA ONLINE DE  
CERVEJAS ESPECIAIS DO BRASIL

**+15.000** PEDIDOS/MÊS

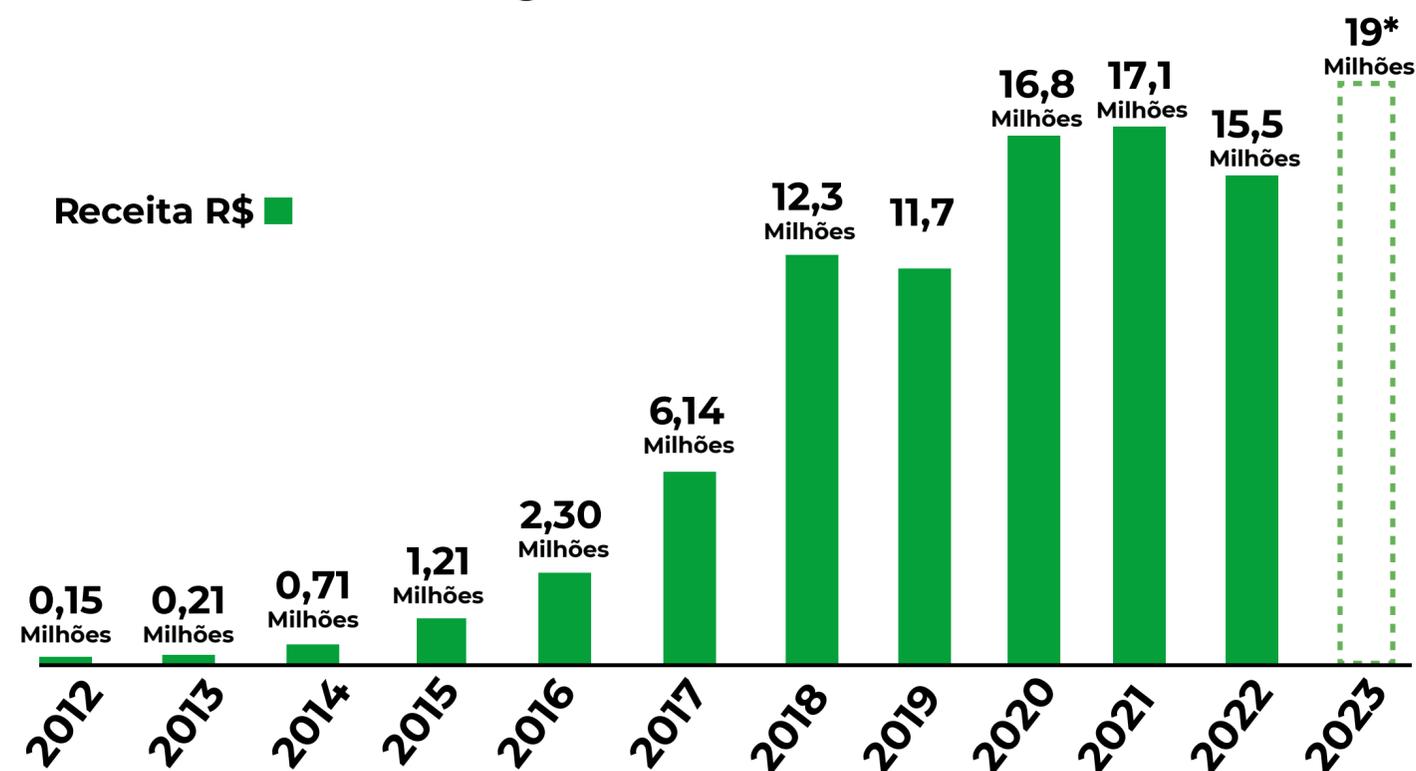
**12 ANOS** DE MERCADO

SEDE: **CURITIBA**

CAPITAL **100% NACIONAL**  
**E INDEPENDENTE**



## EVOLUÇÃO DE RECEITA



# CM 1.2.TIMELINE

Conheça um pouco mais as principais movimentações da nossa história.



Primeira loja  
Clube do Malte.  
Criação do conceito  
e marca

2010



Lançamento do site  
clubedomalte.com.br

2011



Lançamento  
da assinatura  
Beer Pack

2012



4K  
ASSINANTES  
Clube do Malte  
alcança  
4.000 assinantes

2016

kria

KRIA  
crowdfunding  
682 investidores

2018

beer  
.com.br  
Aquisição da  
Beer.com.br

2019



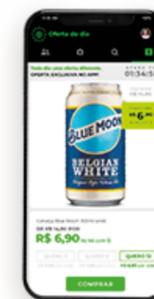
Lançamento  
das marcas próprias  
Clube do Malte

2020



Lançamento  
do My Beer Class

2021



Construção  
fase 1 app de  
engajamento

2022



Parcerias  
operacionais  
com Bro's Beer, The  
Beer Planet, Dogma  
e Hocus Pocus

2023

*CPM*

# 2. OS NOSSOS ATIVOS

# CM

## 2.1. A NOSSA ASSINATURA



As assinaturas são os produtos mais estratégicos da empresa. Elas reúnem **3 características** muito positivas para o negócio:

**1** BOA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO **35%**

+

**2** CICLO FINANCEIRO POSITIVO

+

**3** ALTA VELOCIDADE DE GIRO

# CM

## 2.2. A NOSSA REVISTA

Mais de **130 edições** de uma revista de **52 páginas** que acompanha todas as caixas de assinatura.



**+2.600**  
matérias

**+130**  
edições

# CM

## 2.3. O NOSSO CURSO ON-LINE

Um curso on-line de 37 módulos, com conteúdos desenvolvidos pela equipe do Clube do Malte e os maiores cervejeiros do país.



+30  
módulos

+110  
vídeos

+4000  
minutos de conteúdo



**Pilsen**  
Saiba tudo sobre o estilo

ACESSAR



**American Lager**  
Saiba tudo sobre o estilo

ACESSAR



**Fest beer**  
Saiba tudo sobre o estilo

ACESSAR



**American Lager**  
Saiba tudo sobre o estilo

ACESSAR



**Red Ale**  
Saiba tudo sobre o estilo

ACESSAR

Parcerias com os **MAIORES INFLUENCERS** do mercado.

# CM

## 2.4. O NOSSO BLOG

Mais de 800 posts de conteúdos variados sobre cerveja.  
10 correspondentes e um fluxo mensal de 100.000 sessões.

**100.000**  
sessões/mês

**+800**  
posts

# CM 2.5. OS NOSSOS CONTEÚDOS PERSONALIZADOS

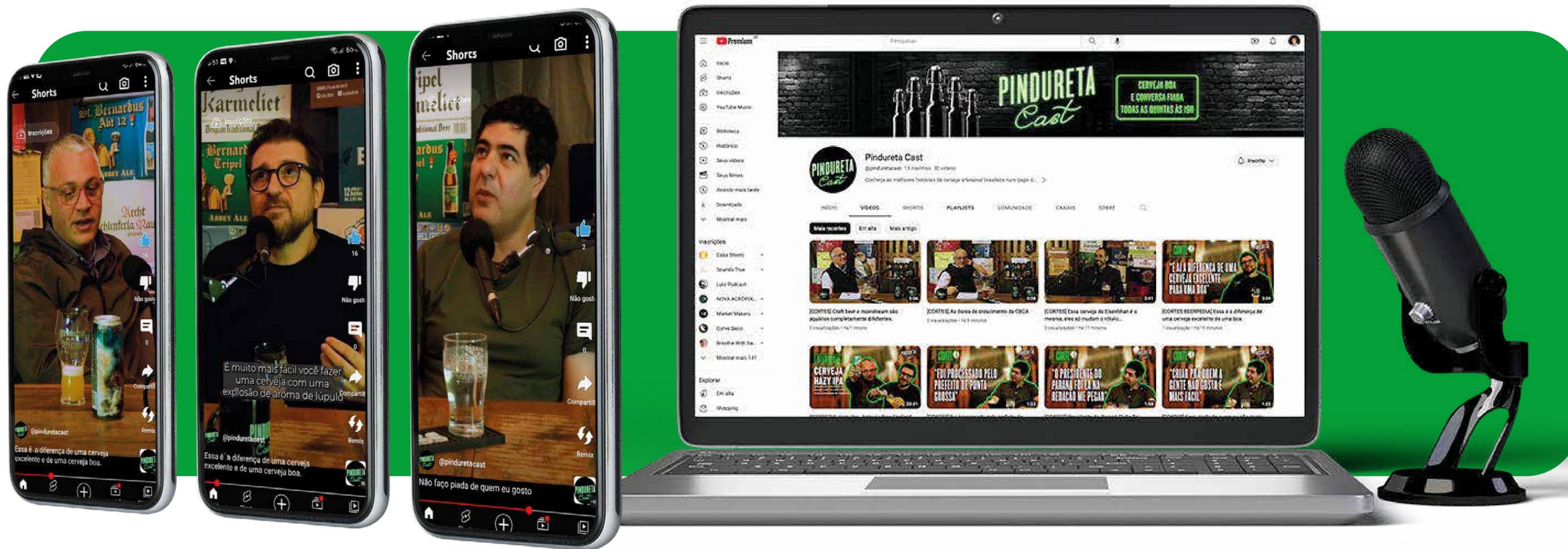
Diversos guias sobre queijo, churrasco, copos, países curiosidades e temas em geral. São conteúdos usados para engajar a base, captar leads e educar os consumidores.



# CM

## 2.6. O NOSSO PODCAST

Um podcast com as melhores histórias da cerveja artesanal brasileira num papo descontraído, inteligente e sem filtros.



## CM 2.7. A NOSSA LINHA DE CERVEJAS

Nossa linha própria de cervejas tem 11 rótulos com receitas exclusivas.  
São produtos estratégicos para composição de margem.



CM

## 2.8. O NOSSO REGIME ESPECIAL DE TRIBUTAÇÃO

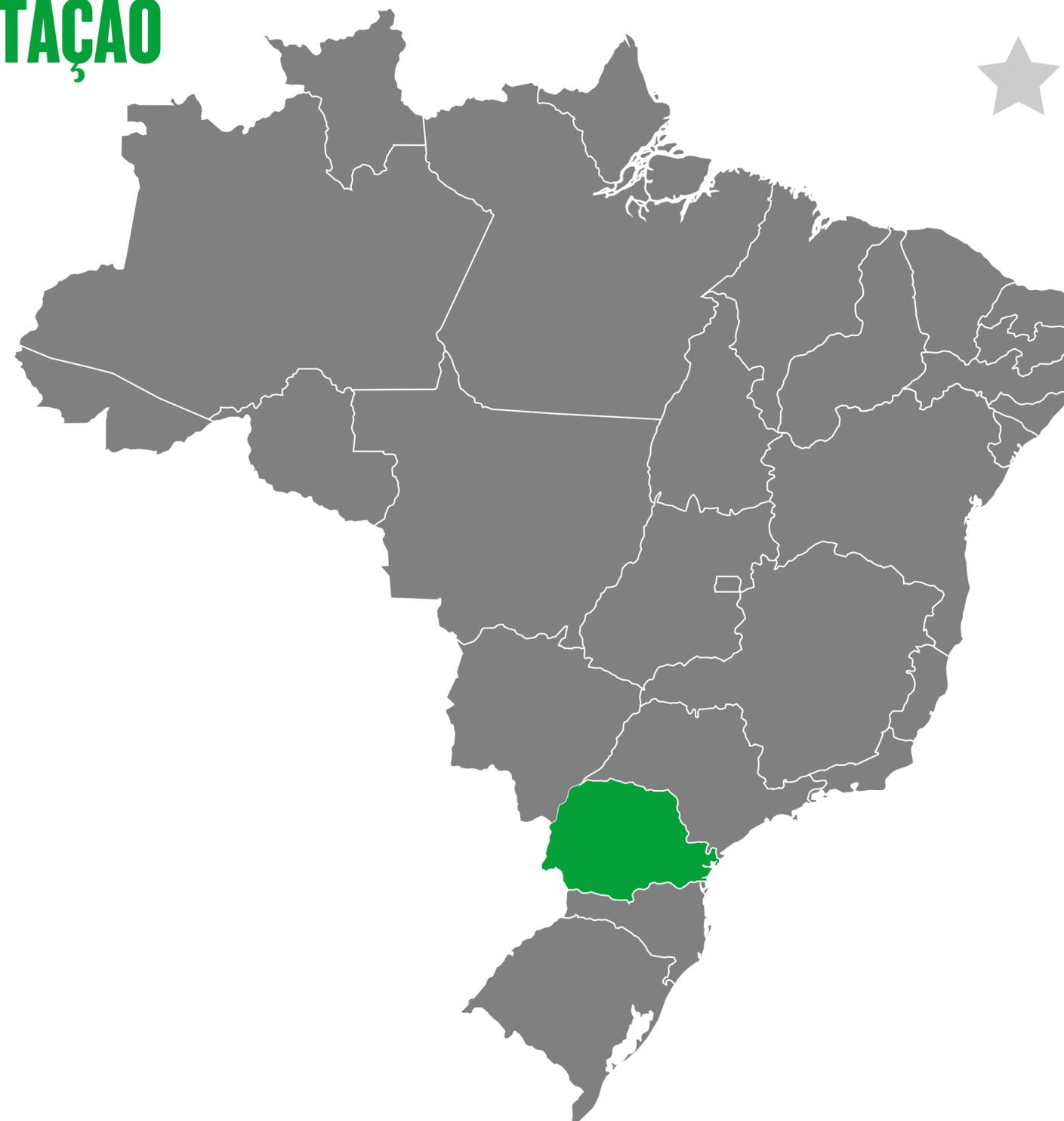
Temos há 6 anos um regime especial de tributação que nos isenta do pagamento da ST na entrada das mercadorias no estado do Paraná.

**Cerveja | Destilados | Alimentos**

Vigência: Maio 2026

### **Benefícios:**

- Melhora fluxo de caixa
- Melhora margem
- Simplifica contabilidade



CM

# 3. A NOSSA VISÃO

**NOSSA  
VISÃO**



**CONSTRUIR  
A MAIOR E MAIS ENGAJADA  
COMUNIDADE DE APAIXONADOS  
POR CERVEJA DO BRASIL.**

CM

# 4. A ONDE QUEREMOS CHEGAR

CPM  
**4.1. NOSSOS OBJETIVOS**



**1 MILHÃO** de clientes

**300 MIL CPFs** compradores

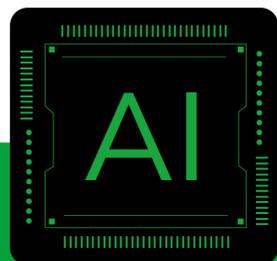
**20 MIL** assinaturas

CM

# 5. COMO VAMOS FAZER

# CM

## 5.1. NOSSA ESTRATÉGIA



### DADOS E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Metodologia própria de estruturação de dados plugado em soluções de máquina e inteligência artificial.



### NOVOS PRODUTOS

Criação de novos produtos de tecnologia para levar uma nova experiência para o TOPO e MEIO do FUNIL.



### CONTEÚDO

Trazer o conteúdo para o centro da jornada de compra.



### ACELERAÇÃO DE ASSINATURAS

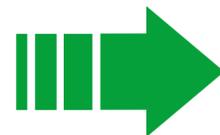
Focar investimento no produto de melhor LTV e de maior margem.

# CM 5.2. DADOS ESTRUTURADOS - METODOLOGIA ÚNICA

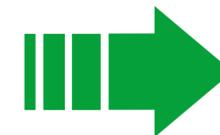


Paulo Martineli

Idade: 46 anos  
Cidade: São Paulo  
Categoria: Diamante  
Assinante: Sim  
Cliente desde: 22/12/2017  
SKUs comprados: 72  
Pedidos: 32



32 pedidos



  
72 SKUs diferentes



## Estruturação de Características

SKU: Sierra Nevada Pale Ale  
(200) GRUPO Cerveja Lupulada  
(204) SUBGRUPO APA



Amargor: ██████████  
Corpo: ██████████  
Álcool: ██████████  
Drinkability: ██████████  
Cor: ██████████ Amarelo  
Sabores: 4, 7, 16 e 32

## Estruturação de Grupos

- (100) Cervejas Leves
- (200) Cervejas Lupuladas
- (300) Cervejas Maltadas
- (400) Cervejas Frutadas
- (500) Cervejas Complexas
- (600) Cervejas Torradas
- (700) Cervejas Azedas



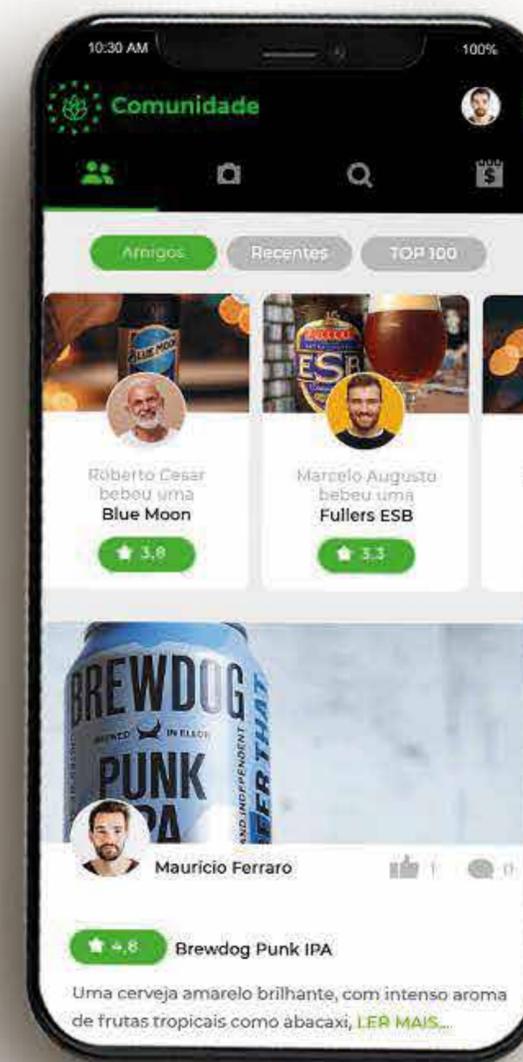
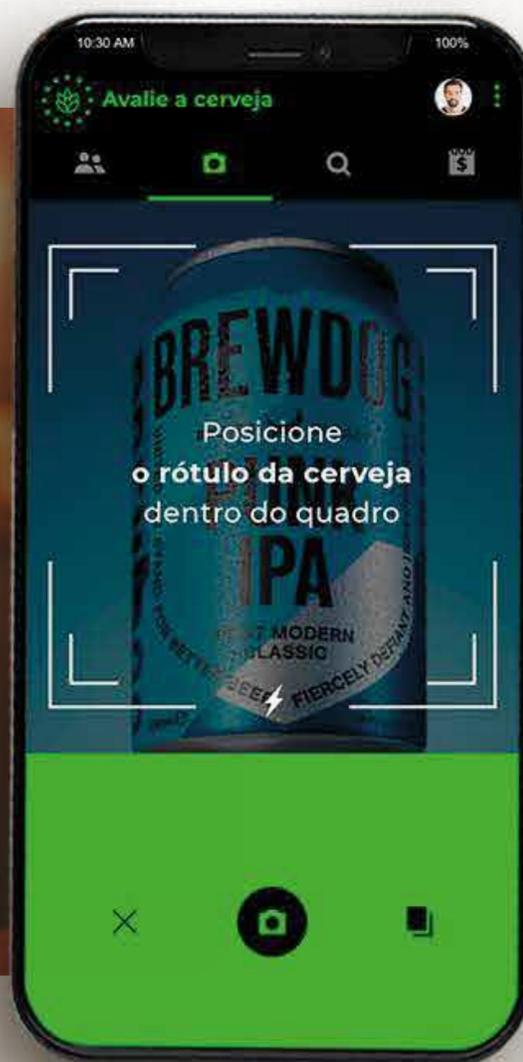
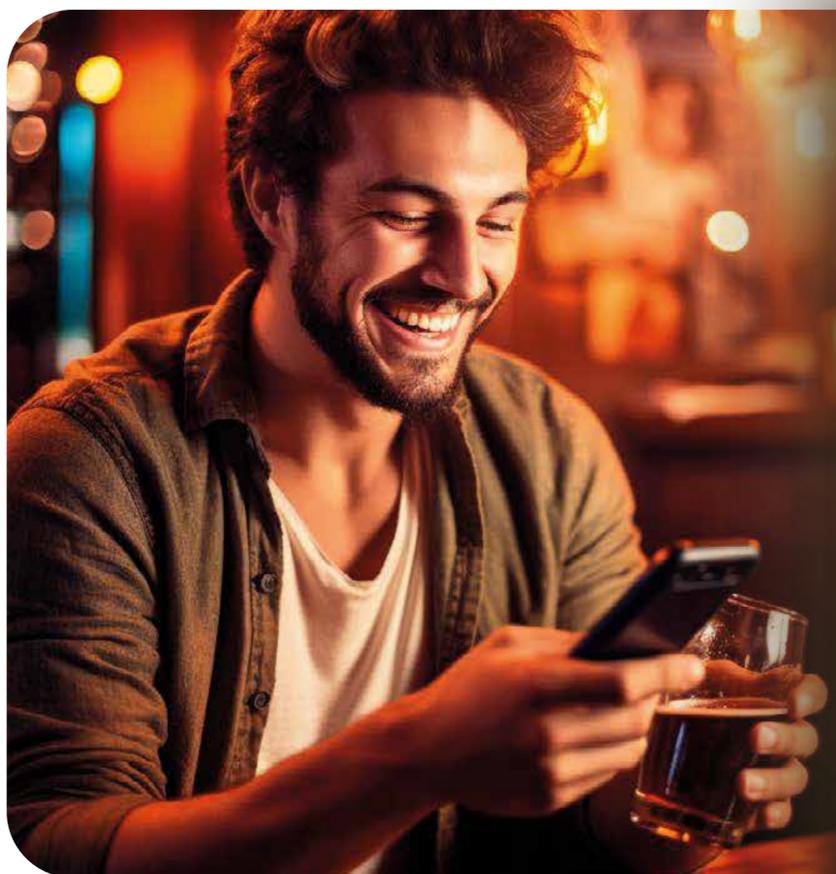
Exemplo de 1 SKU consumido

# Projeto I 5.3. SUPER APP

## Feature I: scanner de rótulo

Estatus da fase: 90%

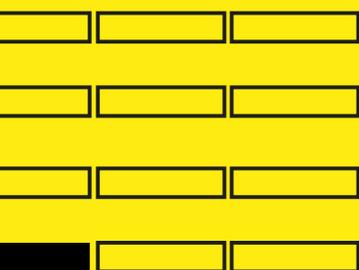
Escaneie seus rótulos, conheça novas cervejas e interaja com a comunidade.



 **Feature 2: evolução de paladar e o meu perfil cervejeiro.**

Estatus da fase: 50%

**STEI ONTEM**



**PASSADO**



Jorge Maximiliano

**CERVEJAS QUE EU GOSTO HOJE**

Corpo:

Amargor:

Álcool:

Drinkability:

Cor: Amarelo

Sabores: Grão, panificação, leve amargor, herbal

**ESTILOS**

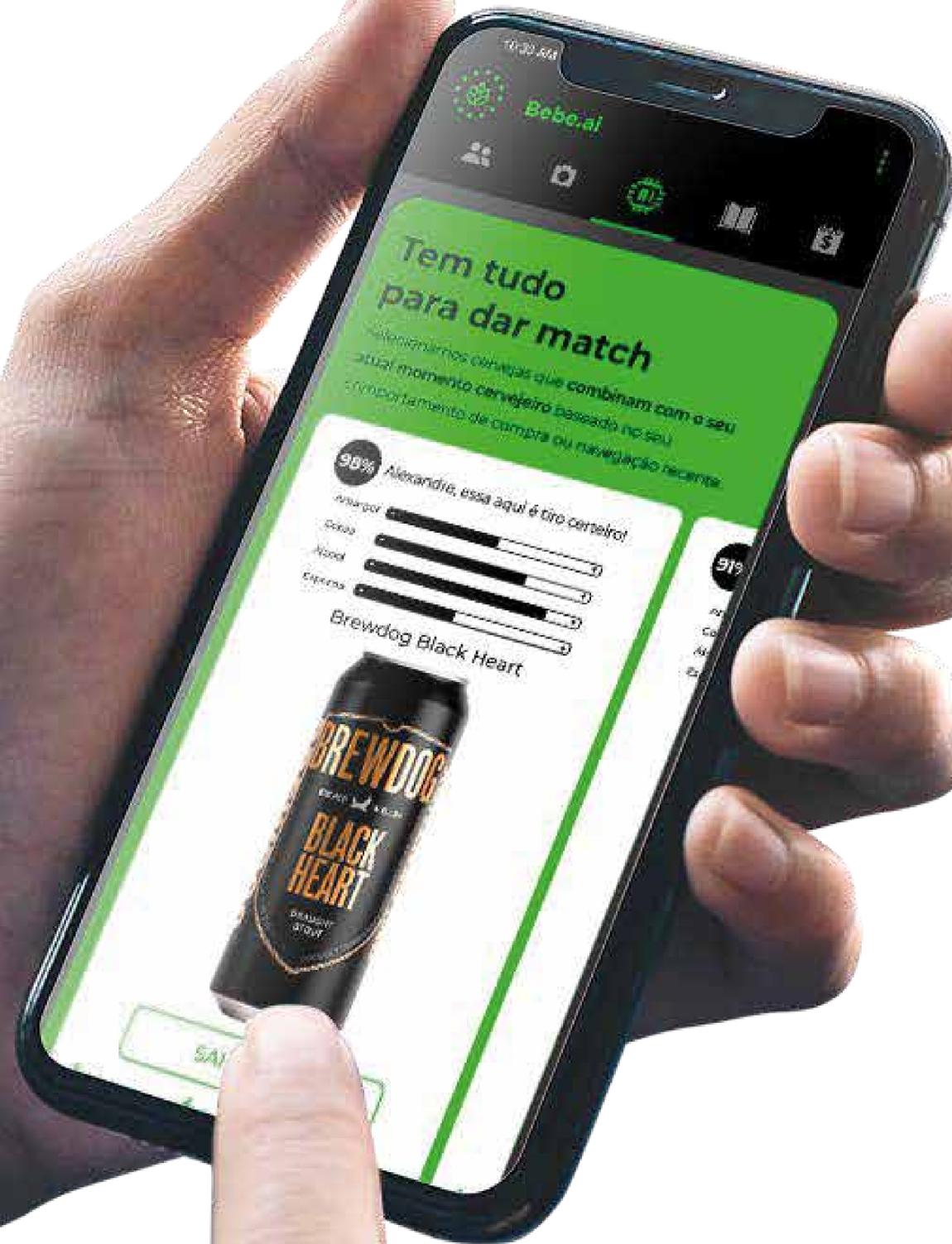


**HOJE**



**FUTURO**

CPM Projeto I  
**5.3. SUPER APP**



 **Feature 3:**  
**recomendações inteligentes**

Estatus da fase: 25%

**Baseados em nossa metodologia única e dados proprietários** vamos indicar a cerveja certa para cada momento da vida do nosso cliente.

**Feature 4:**  
**predições de compra**

Estatus da fase: 25%

A jornada cervejeira passa por uma curva de aprendizado mapeada pelos nossos dados e AI.

Conseguimos prever com grande acuracidade quais seriam os próximos estilos e cervejas que o nosso cliente pode gostar.



# Projeto I

## 5.3. SUPER APP

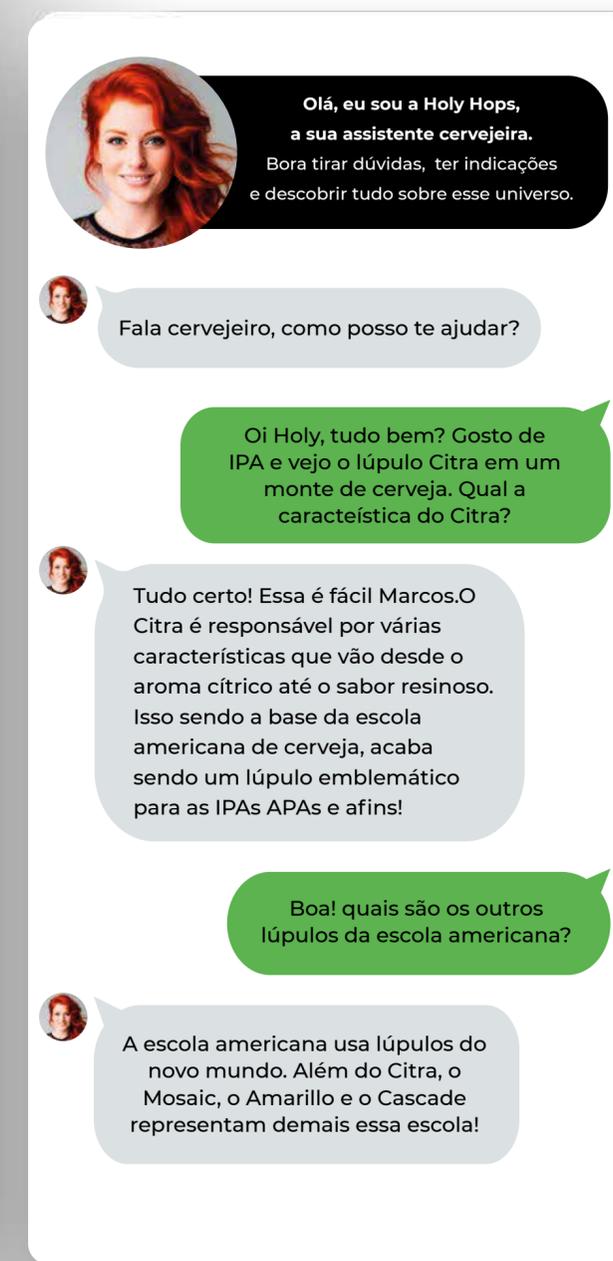
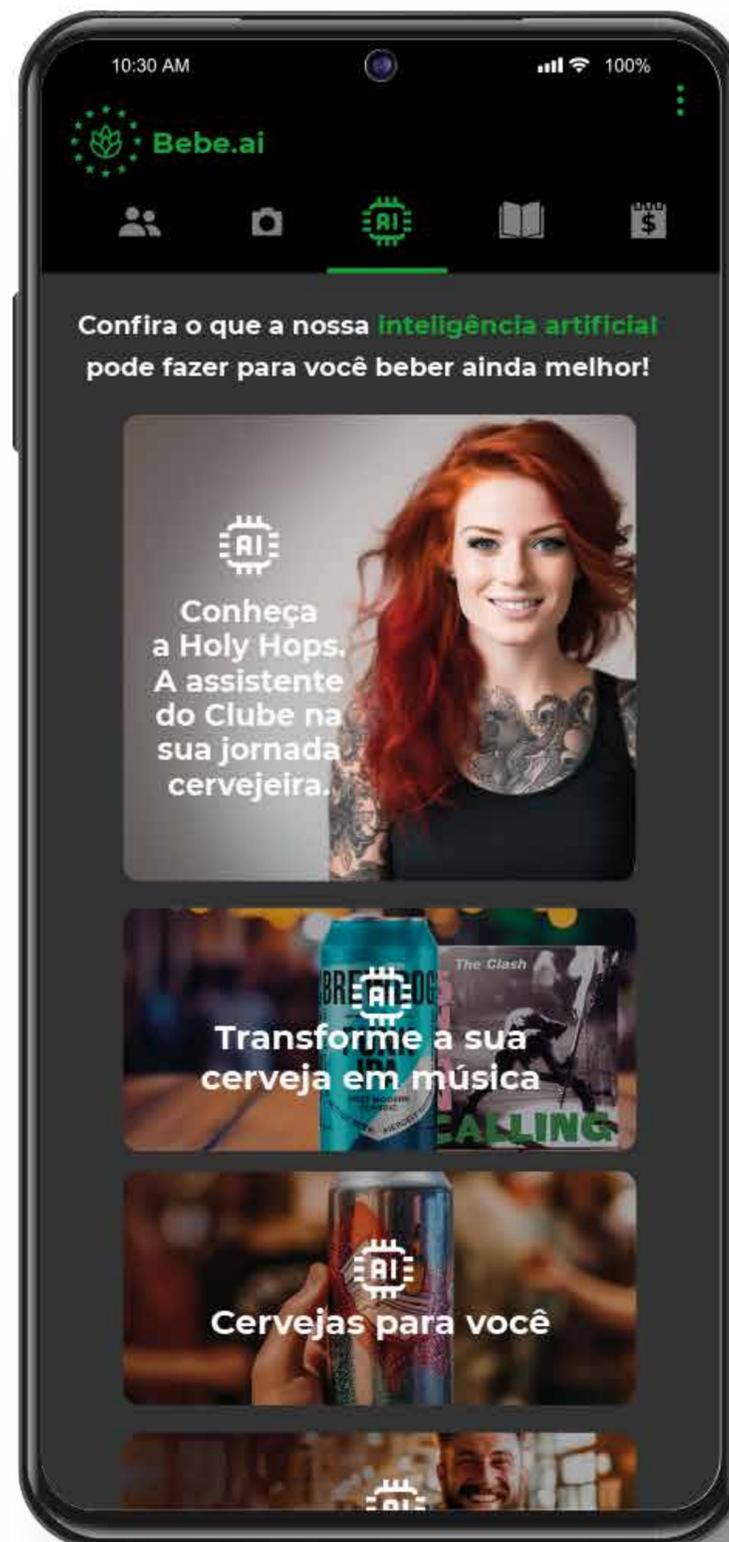
### Feature 5: generative AI para engajar e divertir.

Estatus da fase: 25%

Conheça a Holy Hops, a nossa generative AI que vai te conduzir pela fascinante viagem pelo universo da cerveja artesanal.

Além disso, usaremos a AI para gerar engajamento e conteúdo.

Afinal, quem não gostaria de transformar a cerveja favorita em música? Ou se sua cerveja fosse um filme, qual seria e por quê? Nossa AI vai trazer conteúdo customizado numa escala inimaginável alguns meses atrás.



## Feature 6: beerpedia

Estatus da fase: 70%

Com mais de 800 blog posts, um curso on-line, uma revista com 130 edições e vários guias e e-books, nada mais natural do que trazer esse conteúdo para o APP.



# CM

## 5.4. O PORTAL E O CRM

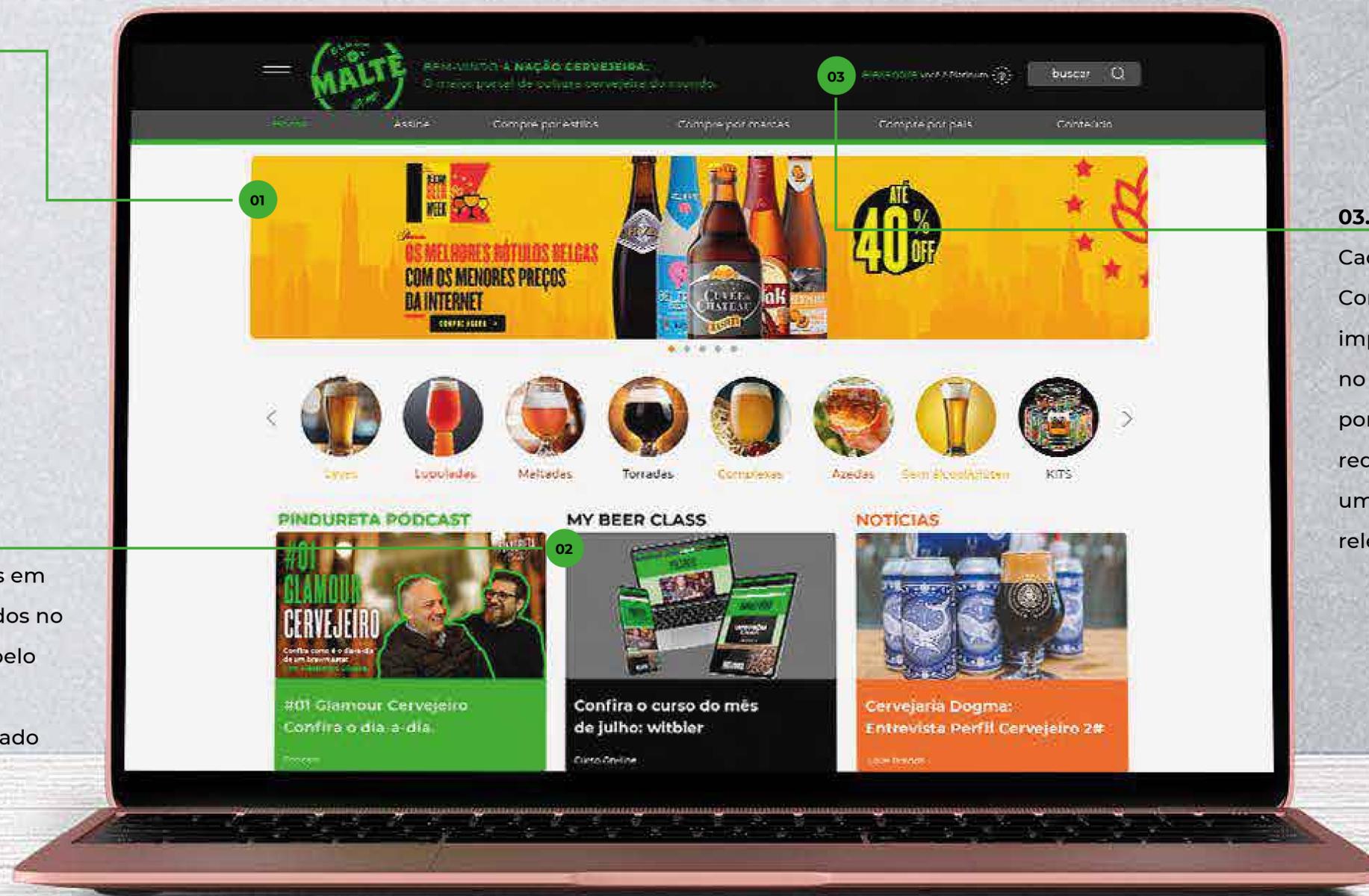
### Conteúdo orientado por dados na jornada de compra.

#### 01. PORTAL PREDITIVO

Utilizando dados de navegação, semelhanças de comportamento e históricos de consumo podemos mostrar conteúdos e ofertas diferentes para cada cliente aumentando a probabilidade de compra e interação.

#### 02. CONTEÚDO NA JORNADA DE COMPRA

O Clube do Malte tem milhares de conteúdos em vários canais diferentes que serão centralizados no nosso PORTAL. Como toda compra começa pelo interesse e pela busca de informação, aumentamos a boca do funil num site otimizado para facilitar a jornada de compra.



#### 03. CRM

Cada cliente é único. Com IA e banco de dados podemos impactá-lo com o conteúdo correto no canal de sua preferência. On site, por e-mail, no APP ou mesmo nas redes sociais. Tudo mapeado para uma experiência não invasiva e relevante.

CM

## 5.5. O QUE QUEREMOS COM ISTO



**ATRAIR E ENGAJAR  
NOVOS CLIENTES**



**BAIXAR O CAC  
DE ASSINATURA**



**AUMENTAR O RFV  
DAS COMPRAS SPOT**



**AUMENTAR  
O LTV DA BASE**

**CRIAR NOVAS FONTES  
DE RECEITA A PARTIR DESSA NOVA AUDIÊNCIA**

# CM

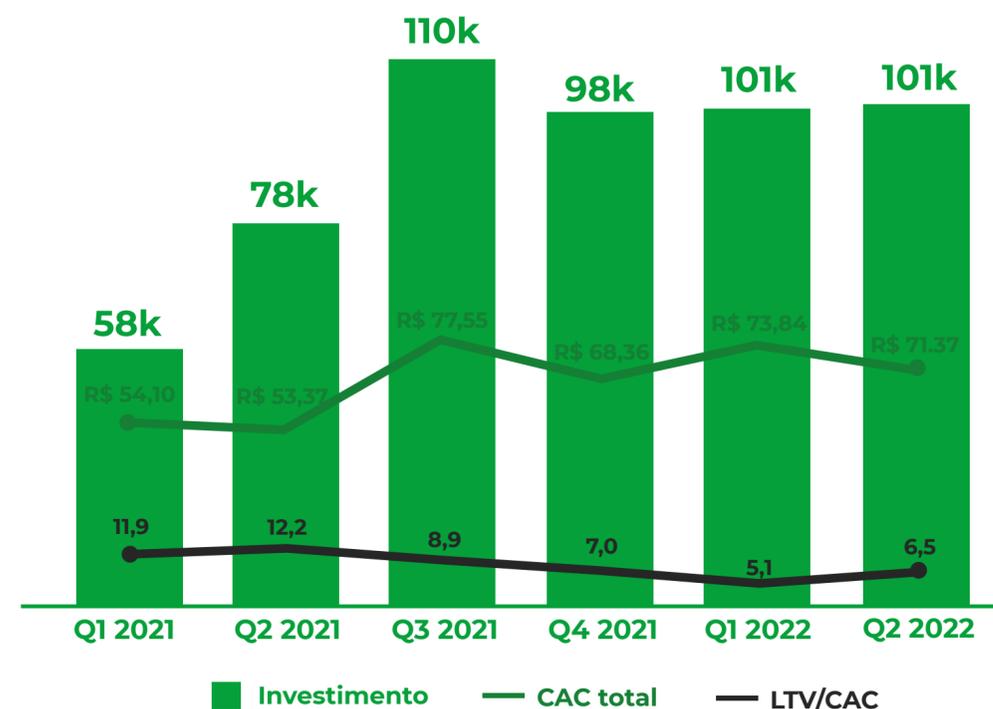
## 5.6. O CRESCIMENTO DAS ASSINATURAS

### A oportunidade

A leitura do nosso produto de assinatura está baseada em 3 indicadores estratégicos: **LTV** (life time value), **CAC** (custo de aquisição) e **LT** (tempo de permanência). A relação do LTV pelo CAC de assinatura é a melhor forma de ler o **payback** desse produto. O alto grau de permanência na base somado ao aumento da frequência de compras avulsas apresentados nos últimos 24 meses, demonstram a oportunidade de crescimento dessa base.

### O LTV e o CAC dos assinantes

INDICADOR		2021	2022
<b>INV</b>	Investimento no período (média/mês)	<b>R\$ 28.736,27</b>	<b>R\$ 33.657,33</b>
<b>NA</b>	Novas assinaturas/mês	<b>461</b>	<b>469</b>
<b>CAC</b>	Custo médio de aquisição (média/mês)	<b>R\$ 66,13</b>	<b>R\$ 73,18</b>
<b>LT</b>	Life Time (tempo de permanência) em meses	<b>21</b>	<b>20</b>
<b>ATIV</b>	% de assinantes que compram spot	<b>14,67%</b>	<b>14,44%</b>
<b>FREQ</b>	Média mensal de pedidos por assinante	<b>1,2</b>	<b>1,3</b>
<b>TM Assinatura</b>	Ticket Médio das assinaturas	<b>R\$ 96,48</b>	<b>R\$ 70,53</b>
<b>TM Loja</b>	Ticket Médio dos assinantes na loja	<b>R\$ 135,60</b>	<b>R\$ 149,20</b>
<b>MCI A</b>	Margem média de contribuição clube	<b>29,75%</b>	<b>29,75%</b>
<b>MCI L</b>	Margem média de contribuição loja	<b>21,25%</b>	<b>21,25%</b>
<b>LTV</b>	Life time value da base	<b>R\$ 591</b>	<b>R\$ 407</b>
<b>LTV/CAC</b>		<b>8,94</b>	<b>5,56</b>



# CM

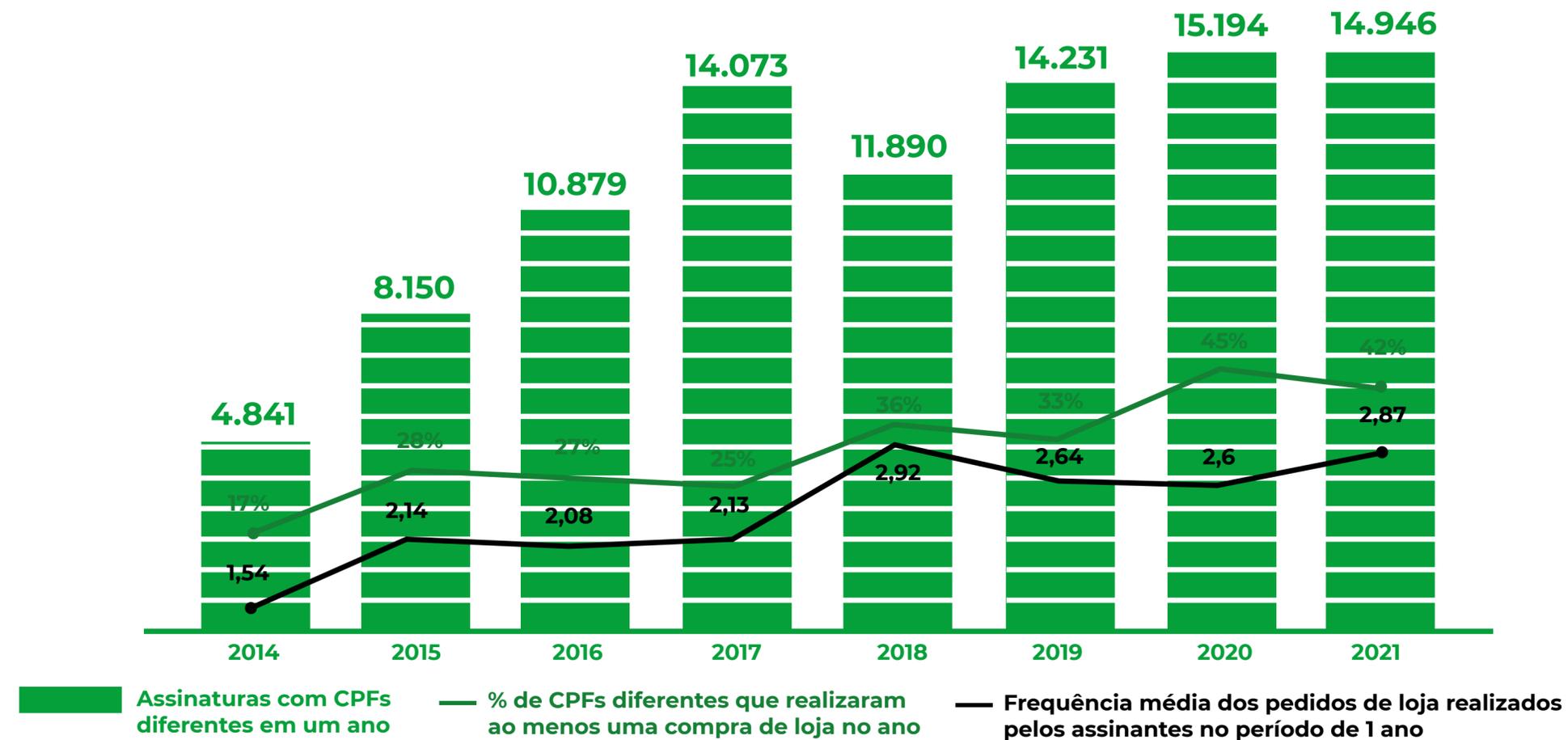
## 5.6. O CRESCIMENTO DAS ASSINATURAS

### Como faremos

Queremos focar em uma estratégia em três passos:

- 1) Aceitação de um CAC mais agressivo para a entrada na base.
  - 2) Ampliação dos investimentos em marketing e em venda direta.
  - 3) Aumento das ações para incentivo das compras avulsas.
- Os números de frequência das compras realizadas por assinantes apresenta um crescimento anual constante.

### O engajamento



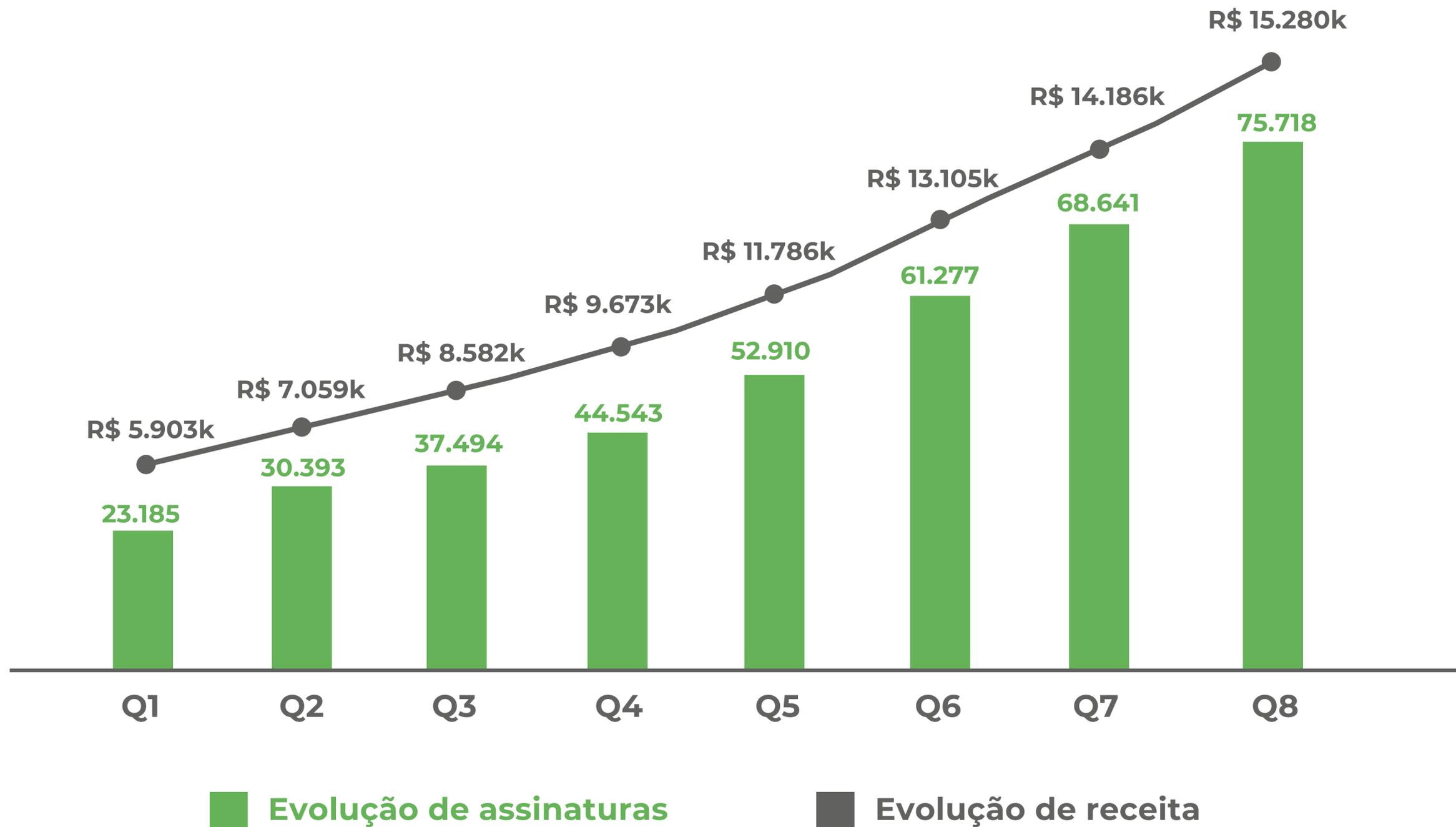


*CPM*

# 6. A CAPTAÇÃO

# CM

## 6.1 AS PROJEÇÕES



# CM

## 6.2 AS PROJEÇÕES

**R\$ 10 MM**

Captando 10 milhões  
para consolidar e  
permitir crescimento  
sustentável

**MARKETING & ATIVAÇÃO**  
**R\$ 3,70 MM (24 MESES)**

Foco na captação de assinaturas,  
desenvolvimento do projeto de  
CRM e branding.

**APP**  
**R\$ 0,61 MM**

Finalizações das Etapas 2 e 3 e lançamento do produto.

**CONTRATAÇÕES**  
**R\$ 0,63 MM**

Foco em logística e performance.

**CAPITAL DE GIRO**  
**R\$ 1,4 MM**

Poder de  
compra e  
colchão para  
suportar CAC  
mais agressivo  
em assinaturas.

**IMPORTAÇÕES  
EXCLUSIVAS**  
**R\$ 0,86 MM**

Rótulos para  
assinatura e  
distribuição  
B2B.

**REESTRUTURAÇÃO DE DÍVIDAS**  
**R\$ 2,80 MM**

Quitação de dívidas de curto prazo  
e alongamento de médio prazo.

# CHEERS!

