

Do analógico ao digital para comemorar 35 anos em meio a pandemia

FUNDAFFEMG

Troféu Jatobá PR 2020 | Categoria Projeto especial

Agência Boutique



FUNDAFFEMG

A FUNDAFFEMG é uma Operadora de Saúde de autogestão, sem fins lucrativos, e que é referência no mercado de saúde suplementar nacional nesta modalidade. Sua história é marcada por evoluções constantes e aprimoramento de práticas e processos para oferecer o que há de melhor em assistência à saúde.

Atualmente, são cerca de 15 mil beneficiários, entre Não é qualquer servidor público. Acho importante citar como nas nossas divulgações: Auditor fiscal da RFE, procurador da advocacia geral do estado, empregados da Operadora, associados à AFFEMG e seus familiares. É um sistema de rateio no qual todos saem ganhando, pois as despesas com serviços médicos e hospitalares são compartilhadas em um critério de ajuda mútua.

É dessa forma, com união e senso de coletividade, que o cuidado pleno é viabilizado, garantindo uma gama completa de serviços prestados por profissionais altamente qualificados, além de uma ampla rede credenciada parceira. Além disso, a equipe FUNDAFFEMG está constantemente empenhada em construir iniciativas de promoção da saúde e prevenção de doenças, um dos principais focos de atuação.

** Entidade privada de assistência médica e hospitalar, dotada de autonomia administrativa e financeira e regulada por Estatutos e Regulamentos democraticamente aprovados. Nasce da vontade livre de categorias profissionais ligadas às suas associações representativas que, no caso da FUNDAFFEMG, é a AFFEMG.*

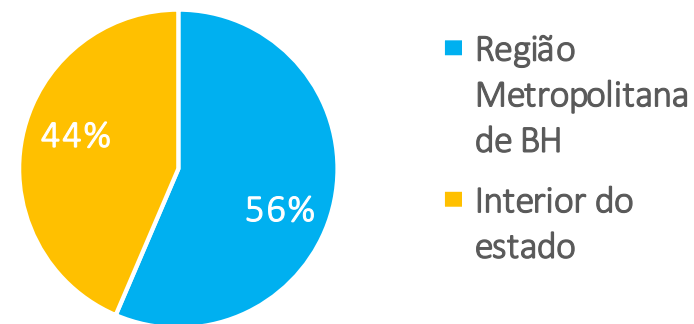
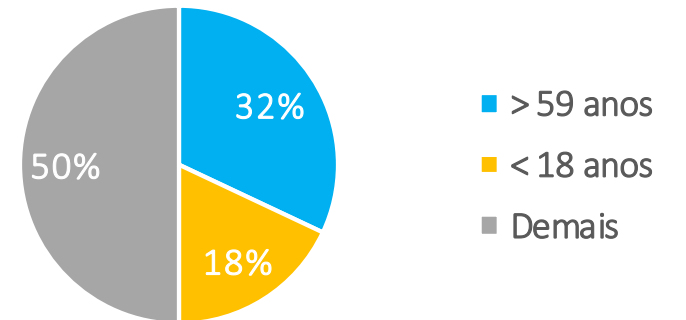


Perfil dos beneficiários

Por se tratar de um plano de saúde de uma categoria que não tem concurso há alguns anos, a FUNDAFFEMG tem à sua frente diversos desafios:

- Os possíveis titulares jovens, em geral, optam por um plano de saúde comercial, com um custo menor, mesmo que com uma cobertura reduzida. *A Operadora precisa investir continuamente na aproximação com esse público jovem e mostrar os diferenciais.*
- Os titulares idosos são os que possuem um maior número de beneficiários agregados em seu plano. Eles buscam manter seus dependentes ligados ao seu plano, mas a fidelização destes familiares é frágil e, após a morte do titular, muitas vezes eles optam por buscar um plano mais barato no mercado. *A Operadora trabalha na aproximação com cada beneficiário e com a oferta de programas para beneficiários de diferentes faixas etárias.*

Outro ponto que impacta no relacionamento com os beneficiários é a distribuição geográfica deste público. Ao todo, 44,4% está espalhado pelo interior de Minas Gerais. Unindo este dado com o perfil de faixa etária, forma-se um cenário desafiador para a aproximação e a manutenção do contato com os beneficiários da FUNDAFFEMG.



35 anos

No dia 3 de julho, a FUNDAFFEMG completou 35 anos. Até o início de 2020, estavam previstos para esse momento o envio de materiais comemorativos para os beneficiários e uma festa formal com a participação da equipe da FUNDAFFEMG e dos titulares da Operadora.

No entanto, com a pandemia, todas as ideias tiveram de ser revistas. O evento foi cancelado e todo o projeto de comunicação, readequado. Neste momento, vislumbrou-se a possibilidade de aproveitar este contexto para aproximar a Operadora dos seus beneficiários e demais públicos.

35 anos é um marco que deve ser lembrado como um reflexo de conquistas e história de sucesso, e como o início de um novo período de inovação e crescimento. Buscamos uma ação que olhasse para o futuro, sem desconsiderar todo o aprendizado e avanços do passado. Assim, as ações comemorativas valorizaram as pessoas que formam a organização, com uma abordagem humanizada e de agradecimento. Uma organização não se faz sozinha, mas pela soma do trabalho de quem dela participa.

Paralelo a isso, consideramos o momento dramático por causa da pandemia, da consternação e do isolamento social. As ações foram focadas no ambiente digital, sem eventos presenciais, mas com leveza e presença virtual das pessoas para manter a aproximação e o relacionamento com os públicos de interesse da FUNDAFFEMG na comemoração dos seus 35 anos.

O grande desafio desta campanha foi promover a participação do público alvo, devido ao perfil pouco adepto do digital e com baixo potencial de engajamento, já conhecido devido a outras iniciativas da Comunicação no ambiente digital.



35 anos

Objetivo

Estreitar o relacionamento com os públicos de interesse, visando valorizar a atuação dos colaboradores, fidelizar a rede credenciada e se aproximar dos atuais beneficiários neste momento difícil pelo qual todos passam, com uma mensagem de esperança e crença no futuro. Conseqüentemente, as ações podem ter uma repercussão positiva fora da FUNDAFFEMG e atingir possíveis novos clientes, fortalecendo a marca e o negócio.

Período

De 1 de julho a 3 de agosto de 2020

Estratégia

Para que a campanha atingisse a todos os segmentos públicos da FUNDAFFEMG, foram integradas diversos tipos ações:

- Entrevista com diretores, conselheiros, ex-integrantes da diretoria, colaboradores, beneficiários e credenciados.
- Produção de dois vídeos-documentários com participação de todos os entrevistados
- Produção de vídeos-depoimentos e linhas do tempo animadas para as redes e o site
- Produção de um conteúdo histórico e institucional, publicado como conteúdo especial no site
- Programação específica nas redes sociais, dando destaque aos diferenciais da FUNDAFFEMG e aos ganhos para os beneficiários
- Produção de dois vídeos documentários completos, com depoimentos de representantes dos diversos públicos
- Disparo de uma edição especial do boletim para credenciados do plano, com reforço da importância da parceria entre plano e rede credenciada
- Divulgação de boletim especial para beneficiários, que direcionava o público para os diversos canais de comunicação da organização
- Produção de uma peça impressa com a história do plano, uma carta do atual presidente, os programas de prevenção à saúde e dados sobre estrutura do plano de saúde.



35 anos

Mapa de stakeholders e ações direcionadas

Beneficiários | + 14 mil

- Edição especial do boletim Com Você Beneficiário
- Programação comemorativa nas redes sociais do plano
- Conteúdos especiais no site
- E-mail MKT de convite para live
- Mensagens via WhastApp com convite para live e acesso direto aos dois vídeos documentários
- ***Live com a diretoria e palestrantes – momento solene de comemoração dos 35 anos**

Equipe

- Kit com brinde e convite para live interna
- Live comemorativa especial para os colaboradores
- Participação de colaboradores nos vídeos comemorativos
- ***Live aberta comemorativa 35 anos**

Sociedade em geral

- Programação comemorativa nas redes sociais do plano
- ***Live aberta comemorativa 35 anos**

Credenciados | + 2900

- Edição especial do boletim Com Você Credenciado
- Envio de e-mail MKT de convite para live
- ***Live aberta comemorativa 35 anos**

Investimentos

Foram investidos R\$ 20.500, na campanha como um todo.

Dentro deste montante, está incluso o valor de R\$456, que foi destinado aos investimentos em anúncios no Facebook e no Instagram.

IMPORTANTE: No planejamento da campanha, foram incluídas estratégias específicas para aproximar o relacionamento com um grupo fundamental para a história da FUNDAFFEMG: a AFFEMG – associação da qual a Operadora se originou. As duas instituições, até hoje, dividem o mesmo espaço comercial e mantêm um amplo relacionamento gerencial. Ex-diretores e a atual Presidente da AFFEMG foram convidados a participar das entrevistas e foram incluídos nos dois vídeo-documentários.



35 anos

Entrevistados

Para a construção do material, foram escutados personagens que participaram de diversos momentos da história do plano. Em função da pandemia, apenas 3 entrevistas foram gravadas em estúdio.

- 5 integrantes da diretoria do conselho
- 2 colaboradores
- 2 beneficiários
- 1 credenciado
- 5 integrantes da AFFEMG ou ex-integrantes do conselho FUNDAFFEMG

Live comemorativa dos 35 anos

O ponto alto da campanha foi a live comemorativa, aberta ao público. Com uma programação planejada para atrair tanto beneficiários como os demais públicos, a ação contou com uma hora de transmissão ao vivo com:

- Apresentação do vídeo documentário
- Palavra da diretoria
- Palestra sobre a saúde (O novo normal: quais os desafios para sua saúde)
- Palestra sobre economia (Perspectivas econômicas e saúde financeira em 2020)



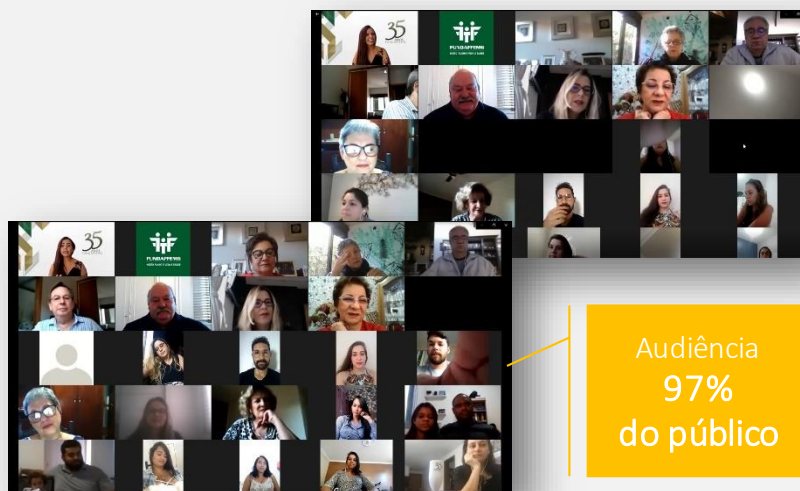
Audiência
500
usuários



Live especial para equipe

O envolvimento do time FUNDAFFEMG na comemoração foi essencial para aproximar a equipe em um momento tão delicado e fazer com que a alegria desta celebração se refletisse no contato com os beneficiários.

- 90 colaboradores foram convidados e receberam um kit especial em suas casa
- 86 participaram da live

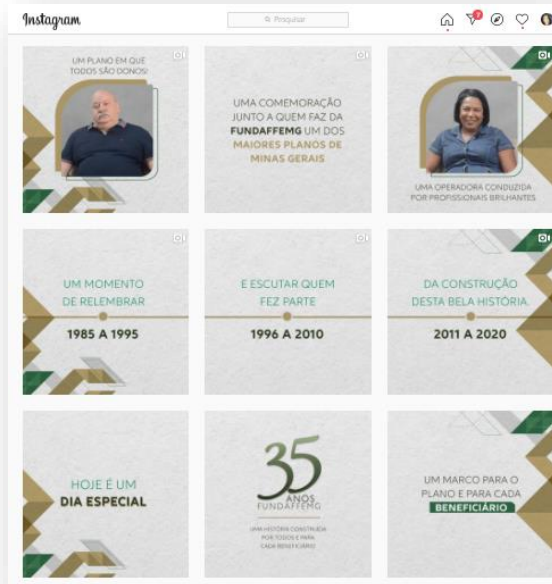


Audiência
97%
do público



35 anos

Algumas peças e conteúdos produzidos



Feed especial no dia 3 de julho, data formal dos 35 anos.



Peça impressa

Titulares +1400



Matérias especiais em duas edições consecutivas do AFFEMG Notícias

Boletins

Beneficiários + 4.000

Credenciados + 2.700



35 anos

Resultados

Conteúdos com alta performance nas redes

Considerados como bom desempenho em função do histórico das redes e do perfil do público alvo



Instagram

126 curtidas
54 acessos ao perfil
21 comentários
1 salvamento
17 cliques
223 interações totais

Facebook

238 cliques
127 reações
37 comentários
3 compartilhamentos
405 interações totais

Vídeo divulgado na composição do feed especial publicado em 3 de julho, data oficial da comemoração dos 35 anos.



Instagram

179 curtidas
21 acessos ao perfil
1 salvamento
201 interações

Facebook

xx cliques
xx reações
xx comentários
xx interações totais

Post estilo carrossel com o convite para a live comemorativa (apresentação das três atividades programadas)



35 anos

Resultados

Por se tratar de um plano de saúde, em que há uma grande regulamentação frente à Agência Nacional de Saúde Suplementar, optou-se por não realizar uma pesquisa qualitativa desta campanha com os públicos da Operadora.

A partir da análise dos indicadores das redes sociais e do retorno da equipe de atendimento (call center e outros canais) da FUNDAFFEMG, notou-se que a ação atingiu seus objetivos, ao envolver e aproximar beneficiários, credenciados e a equipe.

Boas perspectivas

Após a campanha, a Operadora manteve a atenção no desenvolvimento de seus canais de comunicação digitais:

- Novo site foi lançado
- Investimento no canal do Youtube
- Novo chat de atendimento online
- Novo recurso de mensagens no aplicativo
- Ampliação do envio de mensagens em aplicativo

Instagram		
Evolução de usuários	Média mensal 2019/2020	2,86%
	Alcançado durante a campanha	3,35%
Evolução das interações	Média mensal 2019/2020	1105
	Alcançado durante a campanha	1649
Evolução do alcance	Média mensal jan a jun/2020	10.073
	Alcançado durante a campanha	72.151

Facebook		
Evolução de usuários	Média mensal 2019/2020	1,46%
	Alcançado durante a campanha	3,25%
Evolução das interações	Média mensal 2019/2020	467
	Alcançado durante a campanha	720
Evolução das visualizações	Média mensal 2019/2020	24.370
	Alcançado durante a campanha	55.968
Evolução do alcance	Média mensal 2019/2020	19.820
	Alcançado no mês	47.524

