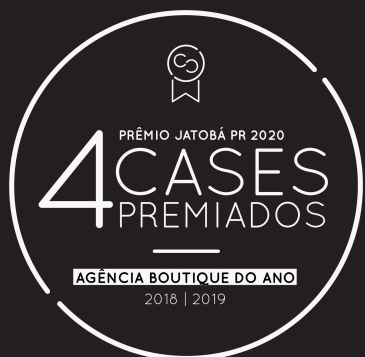




4co

cappellano & carramenha
comunicação e
cultura organizacional



Pré-assembleia Digital Credicitrus

Prêmio Jatobá PR 2021 | Comunicação Digital

CONTEXTO

A **Credicitrus** é a maior cooperativa de crédito do país. Com quase 40 anos de história, 1200 colaboradores e mais de 150 mil cooperados, possui o desafio permanente de **colocar em prática os valores da intercooperação, da educação e da democracia, pilares fundamentais do movimento cooperativo**.

Sendo referência nacional e internacional do modelo cooperativista, a Credicitrus transforma a lógica do sistema bancário ao possibilitar que cada associado vote sobre a gestão da cooperativa e as sobras que, no último ano, atingiu a marca recorde de R\$ 209 milhões de reais.

DESAFIO

E é neste contexto de participação democrática que surge seu mais importante evento anual: as **pré-assembleias Credicitrus**. Com o desafio dobrado de **realizar o evento totalmente digital durante a pandemia**, via app, também tínhamos o objetivo de **dobrar a participação do ano anterior**: saindo de 11 mil associados em 2019, para a meta de 20 mil associados em 2021. Assim, auxiliar no planejamento das pré-assembleias para atingir a ambiciosa meta de engajamento, conferindo legitimidade ao evento de forma a colocar em prática os intangíveis cooperativistas, foi o desafio proposto à 4CO.



cappellano & carramenha
comunicação e cultura
organizacional



OBJETIVO

Reorganizar e reestruturar a Campanha de Comunicação das pré-assembleias Digitais Credicitrus, **dobrando o número de participantes** de 11 mil em 2019, para 20 mil associados em 2020.

ESTRATÉGIAS

De forma a assegurar o sucesso do evento por meio do alcance da meta de participação, foram previstas quatro etapas estratégicas centrais para a condução da comunicação **das pré-assembleias anuais**:

1 Reorganização e reestruturação das mensagens-chave centrais da campanha tendo em vista os **benefícios centrais possibilitados pelo digital** e a **autonomia** e a **auto responsabilidade** dos associados na condução das decisões sobre a gestão do negócio, em linha com os valores e propósitos cooperativos.

2 Revisão de conteúdos, tempos e canais de **comunicação** previstos na campanha, em linha com as **diretrizes de mensagens-chave** e o **contexto digital**.

3 Elaboração de **comunicações específicas para lideranças e públicos internos** no engajamento das pré-assembleias, uma vez que o atendimento presencial realizado nos Postos de Atendimento (PAs) e o contato direto com as equipes é apontado via pesquisa como o principal mobilizador dos associados na cooperativa.

4 Inserção da etapa de **distribuição de brindes de incentivo** que remetesse ao braço social da cooperativa denotando os valores e atuação cooperativistas com os produtos do Instituto Credicitrus.



mensagens-chave

Inserção de outras **mensagens centrais**, referentes aos benefícios e importância do evento:

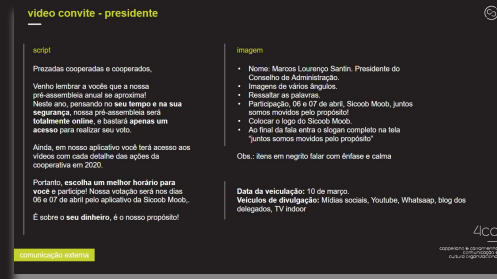
cappelano & carramenha
comunicação e
cultura organizacional

cappellano & carramenha
comunicação e
cultura organizacional

2

Sendo completamente digital, foram utilizados 13 canais internos e externos na estratégia de comunicação:: Banner no Site (1), conteúdo para Blog de delegados (2), conteúdo para Instagram (3), LinkedIn (4), Facebook (5), mensagens sistematizadas para SMS (6), roteiro para call center interno com plantão de dúvidas (7), Whatsapp (8), e-mails específicos para liderança (9), conteúdo para Intranet (10), tela de descanso de desktop (11), tarja promocional de e-mails durante a campanha (12), conteúdos para as TVs indoor dos postos de atendimento e matriz (13).

Para cada um dos canais, foram **aplicadas e alinhadas a comunicação em todos os pontos de contato segundo formato e natureza do meio**, otimizando as mensagens-chave.



	canal	fevereiro	março	abril
banner no site				
cartão nos Pás	site			
douglgação do edital				
banner no blog	blog - assembleia			
vídeo passo a passo				
leitura para edital				
douglgação das datas				
vídeo passo a passo	redes sociais			
vídeo convite				
edital de convocação				
banner				
vídeo passo a passo				
vídeo convite	blog - delegados			
edital de convocação				
texto via mensagem				
texto via mensagem	sms			
texto via mensagem				
mensagem via msn	whatsapp			
mensagem via msn	instagram			

Elaboração de comunicações específicas para lideranças e públicos internos

3

4

Distribuição de brindes de incentivo

A partir da experiência anterior da cooperativa, também foi delineada uma ação de distribuição de brindes aos associados participantes das pré-assembleias.

Porém, uma **mudança importante em relação aos anos anteriores**, foi a **ligação da ação de distribuição de brindes com a iniciativa social da cooperativa; o Instituto Credicitrus**. Desta forma, a ação foi pensada para que cada associado, ao final da votação online, fosse direcionado ao site do Instituto para escolher um brinde de sua escolha, sendo, cada item da loja própria do Instituto, de **valor revertido para as iniciativas sociais de educação e desenvolvimento social** da própria cooperativa, fomentando o conhecimento e a divulgação do Instituto e suas ações.



RESULTADO

Realizada nos dias 06 e 07 de abril de 2021, as pré-assembleias foram um sucesso! **Não só foi atingida como superada a meta de dobrar os cooperados participantes!**

Um total de **22.094** associados da Credicitrus votaram e participaram nos dois dias de evento. Com todos os **públicos engajados, alinhados e unidos numa mesma mensagem**, as pré-assembleias de 2021 ajudaram a consolidar e efetivar os valores da **coletividade, união e da transparência**, pilares fundamentais para o cooperativismo. Demonstrando o sucesso da campanha para fortalecimento da cultura, o propósito e negócio da companhia.



Registro da live especial em agradecimento aos cooperados e colaboradores pelo engajamento e participação nas pré-assembleias digitais, no canal oficial do Youtube da cooperativa com o presidente, Senhor Marcos Santin

**+22
MIL**

participantes



