

Existe

*al
ter.
nati
va*

Como disputar com a categoria (bancos e fintechs) que tem os maiores anunciantes do país?

O Sicredi não é um banco, mas uma instituição financeira cooperativa. E isso faz toda a diferença. O Sicredi não existe para gerar lucro. Ele tem um **PROPÓSITO.**

Como contar este propósito para as pessoas e atrair novos associados?

O objetivo de uma cooperativa de crédito é crescer, investir o dinheiro nas regiões onde atua e em programas sociais. Esse dinheiro movimenta a economia local e faz crescer ainda mais a cooperativa que, por sua vez, tem ainda mais resultado - que é dividido com os seus associados/ clientes e reinvestido na comunidade.



O insight

A pandemia e a crise despertaram nas pessoas um olhar coletivo. As pessoas cobravam das marcas ações para ajudar o país e proteger o bem-estar. Ainda mais na categoria de bancos, onde há grande insatisfação. O momento e as pessoas estavam pedindo uma



ALTERNATIVA

Estratégia

Associar o Sicredi com as novas alternativas da sociedade, como, o uso da energia solar, o deslocamento pelas ciclofaixas, a agricultura orgânica etc.

*O Sicredi é a **alternativa** para a vida financeira, o consumo consciente entre os bancos.*

A solução criativa



*Se a estratégia era posicionarmos o Sicredi como uma **alternativa**, encontramos na cultura brasileira uma tradução icônica dessa ideia.*

Ao som de “Sociedade Alternativa” de Raul Seixas, apresentamos cenas de pessoas mostrando jeitos alternativos de se viver, consumir e pensar. E, para garantir o entendimento claro daquilo que o Sicredi entrega, criamos o conceito: “**Sicredi. Onde o dinheiro rende um mundo melhor**”, que consolida sua missão social, sem deixar de falar que é um serviço financeiro.

sicredi.com.br

O melhor para um pode ser o melhor para todos.

alter
nati
va

Aponte a câmera do seu celular e saiba mais.

Escolha o Sicredi, onde o dinheiro rende um mundo melhor.

Abra uma conta com a gente.

SAC - 0800 724 7220 | Deficientes Auditivos ou de Fala - 0800 724 0525, Ouvidoria 0800 646 2519

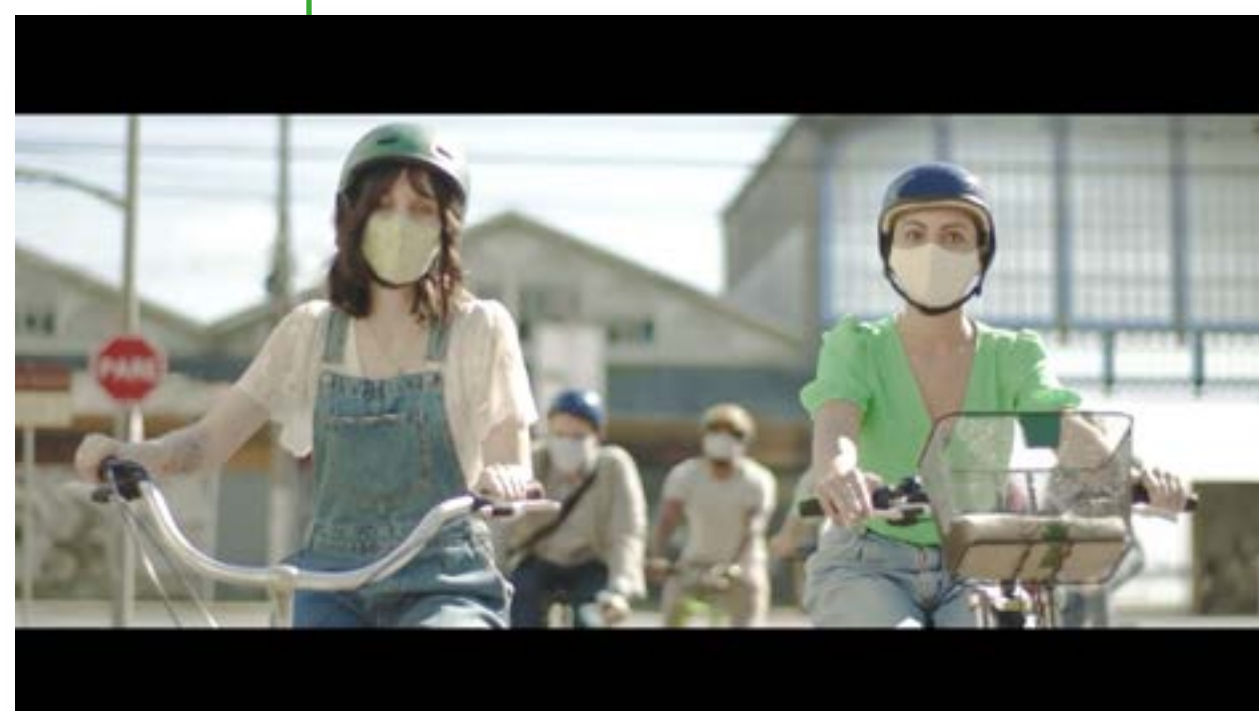
Resultados

A proposta da campanha era apresentar o propósito social da marca, melhorar a percepção de imagem e, assim, conquistar mais associados.

O Sicredi mensurou como as pessoas viam a marca em diversos aspectos sociais. Antes da campanha, a média desses indicadores era de 16%. Após, a média subiu para 28%.

28%

16%



A pesquisa também questionou “a campanha transmite que o Sicredi constrói uma sociedade mais próspera para todos?” e um total de 85% concordou. Colocando o Sicredi em um novo patamar de marca.

85%

Sete em cada dez pessoas que viram a campanha concordaram que ela “melhorou a imagem do Sicredi”

46% das pessoas que viram a campanha se interessaram em se associar ao Sicredi.



Existe alternativa.

Aposte a câmera do seu celular e saiba mais.

As suas escolhas de hoje podem gerar um futuro melhor para você e para muitas pessoas. Escolhendo o Sicredi, você tem um atendimento próximo e humano, presencial e digital, taxas justas e soluções financeiras ideais para a sua vida. E, quando você cresce, também gera crescimento para todos a sua volta, porque reinvestimos recursos na sua região.

Abra uma conta com a gente.

Escolha o Sicredi, onde o dinheiro rende um mundo melhor.



Existe alternativa.

Aposte a câmera do seu celular e saiba mais.

Nós somos o Sicredi, a alternativa para você, sua empresa ou seu agronegócio. Nós reinvestimos recursos na sua região, assim você cresce e gera crescimento para todos ao seu redor. E você conta com soluções financeiras ideais, taxas justas e um atendimento próximo e humano, presencial e digital.

Abra uma conta com a gente.

Escolha o Sicredi, onde o dinheiro rende um mundo melhor.

A associação subiu, durante o período da campanha, em

20%