

Lançada em maio durante a Semana Nacional de Educação Financeira (ENEF), a campanha “No Meu Dinheiro Mando Eu” continua atraindo a adesão das associadas do sistema Abrapp, Sindapp e ICSS. Até agora, 110 entidades fechadas utilizaram os materiais disponíveis no site da campanha (clique aqui para acessar), com a realização de 249 downloads. O número representa 42% do quadro associativo da Abrapp.

“Incentivamos as entidades a aderirem e utilizarem os materiais da campanha. É uma iniciativa fantástica que oferece gratuitamente uma ampla base de materiais para nossas associadas”, diz Lucas Nóbrega, Diretor Executivo da Abrapp. Até o momento, 59 entidades aderiram formalmente à campanha, com a divulgação pública de seus logos no site. É importante ressaltar que a adesão à campanha é atemporal.

E não são apenas as associadas que têm utilizado os materiais da campanha. Outras organizações, empresas e até pessoas físicas fizeram até o momento 369 downloads de materiais. Muitas das empresas são patrocinadores de entidades fechadas e, além disso, há participantes e assistidos que também estão acessando os materiais da campanha. “A campanha está muito bem desenhada e estruturada. Seus idealizadores fizeram um excelente trabalho”, explica Lucas.

Desenhada pelo educador e comunicador Marcos Silvestre, a campanha utiliza a análise de 20 situações reais de consumo com o objetivo de provocar uma reflexão sobre as atitudes de compra a partir de experiências cotidianas. A campanha foi implementada pela primeira vez pela Odebrecht Previdência e agora está sendo disponibilizada gratuitamente para todo o sistema.

O download das peças da campanha é simples e rápido, basta acessar o site e clicar em ‘como participar’. Nesta área do site é possível baixar 20 opções de posts para Facebook ou Instagram, logo da campanha em diversos formatos, totem físico (banner), seis opções de flyers e três opções de e-mails marketings. Algumas dessas peças têm a possibilidade de serem personalizadas com a inclusão da logo de cada entidade.

As peças mais veiculadas foram os posts para redes sociais (especialmente no Facebook), e-mail marketing e banner para site. A maior parte das associadas publicaram matérias em seus sites explicando sobre a campanha e endossando seu apoio. “A campanha da Abrapp pode ser acoplada às iniciativas de educação financeira e previdenciária que as entidades já realizam normalmente para seus participantes”, comenta o Diretor Executivo da Abrapp.

Fonte: Acontece Abrapp, em 13.08.2018.