

Formulário CDL Destaque

CDL Itajubá

Nome do responsável: Mária Lúcia Campos

Cargo: Gerente

O projeto da CDL se enquadra na categoria:

- Representatividade política e institucional
- Processos de gestão da entidade
- Relacionamento com associados
- Soluções comerciais rentáveis

1) Definição do Projeto (fale um pouco da ideia)

“Xô Dívida!”
Campanha de Recuperação de Crédito

2) Objetivos (o que a CDL busca alcançar)

- Fornecer aos consumidores oportunidade para regularizar sua situação no comércio, com redução nas taxas de juros e parcelamento das dívidas;
- Recuperar débitos e movimentar a economia local;
- Restabelecer o consumo;
- mediar a relação entre lojista e o consumidor;

3) Justificativas (o projeto surgiu por quê)

- Criar uma data de negociação para as festas de final de ano
- Reduzir a Indimplência
- Incentivar o uso do 13º salário para o pagamento de dívidas e recuperar o crédito para as compras de Natal.
- Melhorar o resultado do departamento de cobrança

4) Custos de Implantação (houve algum investimento ou despesa para implantação. Se positivo, quais foram)

DESPESAS	
Produto/Serviço	Vr aproximado
Botons	R\$ 200,00
Flyer	R\$ 900,00
Cartazes/display	R\$ 500,00
Etiquetas adesivas	R\$ 500,00
Bendeirola	R\$ 1.100,00
Bexigas	R\$ 900,00
Tenda	R\$ 150,00
Alvará	R\$ 300,00
Panfletagem	R\$ 500,00
Reunião com associados	
Café de lançamento	R\$ 120,00
Propaganda	
Rádio	R\$ 1.000,00
Jornal	R\$ 500,00
	R\$ 6.670,00

5) Resultados previstos, a realizar ou realizados (o que o projeto gerou de resultado, ele atingiu ao seu objetivo)

Aumento de 20% nos atendimentos realizados pela entidade durante o mês de novembro em relação à média mensal de 2016. Em dezembro o aumento foi ainda maior, atingindo uma quantidade de atendimentos 34% superior em comparação com a média mensal de 2016. Houve também, aumento de 29% em novembro e 72%, em dezembro, no total de consumidores que efetivamente negociaram e pagaram suas dívidas nos departamentos de cobrança das lojas ou na CDL. Já o aumento do número de consumidores que quitaram suas dívidas e conseguiram sair da lista de inadimplentes do banco de dados da CDL foi 32% no mês de novembro; em dezembro, o crescimento foi de 50%.

6) Cronograma (quais foram os passos da implantação até o resultado)

Agosto – Elaboração da identidade da campanha e definição do material

Setembro - Confecção dos Kits para venda;
- elaboração de documentos, contratos , ofícios, textos, todo material de apoio;
- preparação da equipe de vendas;
- elaboração de documentos, contratos , ofícios, textos, todo material de apoio;

Setembro e Outubro – Venda da Campanha

Outubro - Confecção de material de gráfica
- preparação da equipe de negociação ;
- Orientação às empresas participantes;
- distribuição do Kit para as empresas participantes

Novembro - Início da Mídia Eletrônica;
- Identificação da CDL com o material da Campanha
- Divulgação em Rádio/ Jornal – divulgação da CDL
- Divulgação em rádio/ jornal – divulgação do associado
- Colocação de Tenda na praça para distribuição de folders e orientação (3 dias)
- Distribuição de folders nas residências

Dezembro - produção de material para divulgação;
- avaliação do resultado.

7) Detalhamento (fale mais um pouco do projeto e das ações que foram surgindo)

- Acompanhamento constante da equipe da CDL nas empresas participantes, para orientação, sinalização da campanha e reposição de material;

- Incentivo à empresas participantes, através de post no facebook com fotos das empresas que fizeram decoração do interior e fachada com o material da campanha.

- Participação em entrevistas de rádio e jornal local e regional

- Sensibilização dos empresários para oferecerem boas condições pra quitação das dívidas e condições atrativas para a campanha não cair no descrédito. Houve negociação ponto a ponto durante a campanha

8) Relato dos beneficiados (recolha com os envolvidos a percepção deles perante a ação)

“Acredito que realizar esse tipo de campanha uma vez ano contribui para a diminuição da inadimplência, pois cria facilidades para que o consumidor regularize sua situação.” Maurício de Paiva, proprietário da “A Baratêra”.

“Gostei bastante da iniciativa da CDL porque foi uma maneira interessante para diminuir os níveis de inadimplência na cidade. Como essa foi a primeira edição, os consumidores ainda estavam se familiarizando e conhecendo a proposta acredito que podemos atingir ainda uma adesão muito maior nas próximas campanhas.”

Mariana Mouallem, gerente da Casa Marcelo.

“A campanha é uma iniciativa que vai beneficiar muitas pessoas. Muitos consumidores estavam aguardando justamente essa oportunidade, com melhores condições, para regularizar as dívidas. Algumas pessoas não tem condições de pagar juros acumulados e esperam alguma facilidade como essa. Com certeza, diminuirá muito a inadimplência na cidade.”

Cida Oliveira, consumidora da cidade de Itajubá.

- 90% das empresas que participaram tem intenção de participar novamente

- 100% das empresas que participaram aprovaram o material



9) Anexos: Documentos, vídeo e fotos ou declarações de terceiros que comprovem a efetividade da ação.