

Formulário CDL Destaque

CDL DE LAGOA DA PRATA

Nome do responsável SILMA RODRIGUES

Cargo COMUNICAÇÃO E EVENTOS

O projeto da CDL se enquadra na categoria:

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

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

Preparamos a 24 anos a campanha “Comprar em Lagoa é uma boa” A campanha de Natal configura-se como uma das maiores campanhas promocionais da associação, além de reunir e fomentar o comércio, oferece sempre uma excelente premiação para os consumidores que compram nas lojas participantes. Em 2016 em um momento em que o Brasil esteve no auge de uma crise, colocamos no comércio de Lagoa da Prata R\$ 100.000,00 em seladinhos premiadas. O consumidor que comprava nas lojas participantes poderiam ganhar no ato da compra seladinhos premiadas nos valores de R\$ 50,00 R\$ 100 R\$ 200,00 e até R\$ 400,00 reais, esse valor poderia ser trocado em mercadorias na própria loja onde se ganhou a seladinho premiada, ou em qualquer empresa participante da campanha. A campanha teve duração de 2 meses. E o retorno para o empresário das seladinhos trocadas nas empresas era realizada uma vez ao mês. Algumas empresas conseguiram receber até mesmo o dobro do valor investido no kit de seladinhos.

2) Objetivos (o que a CDL busca alcançar)

O principal objetivo é alavancar as vendas e fortalecer o comércio de Lagoa da Prata para consumidores locais e de toda região. A Campanha de Natal, além de aquecer o comércio, gera arrecadação aos cofres públicos, empregos e renda à população nesse momento tão delicado da economia brasileira. O projeto também contempla a ornamentação da Praça da Matriz da cidade, dando um colorido especial e contribuindo para que o clima Natalino contagie as pessoas, favoreça o turismo e ofereça uma ótima opção de lazer para famílias.

3) Justificativas (o projeto surgiu por quê)

Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas do Estado de Minas Gerais

Av. Silviano Brandão, 25 – Sagrada Família – Belo Horizonte/MG

CEP: 31030-525 – Telefone: (31) 2532-3300

A entidade, através da Campanha “Comprar em Lagoa é uma Boa”, busca incentivar a população de Lagoa da Prata e de toda a região a comprar no comércio local. A Campanha visa à revitalização e o fortalecimento do comércio, e a partir disso criam-se novas oportunidades de emprego, trabalho e renda, além de promover arrecadação ao município.

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

Sim, a campanha tem se fortalecido a cada ano, no começo investíamos (chamamos de investimentos e não prejuízo) cerca de R\$ 60.000,00 esse valor caiu consideravelmente nos últimos anos, ao mesmo tempo que a campanha cresceu em visibilidade e em premiação. (segue anexo planilha detalhada do último ano)

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

Acreditamos a cada dia mais que nosso objetivo tem sido alcançado. Damos a oportunidade aos consumidores de concorrer a bons prêmios e damos uma excelente maneira de uma das empresas se destacarem, de mostrar que estão preocupada em fazer mais por aqueles que, afinal, são a razão delas existirem. Muitos empresários deixaram de lado suas promoções próprias por conta da necessidade de cortar custos, oferecemos ao empresários uma campanha legalizada, com um plano de marketing completo e com preço acessível à todos.

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

Estamos na 24ª Campanha, o formato dela já está concluído, a campanha se vende por si só. Buscamos patrocinadores (que já estão conosco desde a 1ª campanha) montamos o plano de mídia para apresentar para os empresários (anexo) e em seguida nosso comercial vai para campo.

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

Campanha vendida, começamos com divulgação (rádio, carro de som, redes sociais, e-mail marketing, jornais etc) Este ano, além dos R\$100.000,00 em seladinhos premiadas, teremos uma premiação final (1 moto e 3 viagens pelo Brasil) esse sorteio acontece na sede da associação tendo como convidados, associados, empresários e toda população. No decorrer da campanha, colhemos diversos feedbacks dos participantes, tanto empresários, tanto consumidor, dessa forma podemos alinhar detalhes e melhorar o desenvolver da campanha.

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

No final da campanha, entramos em contato com todos os participantes para colher o Feedback e com essas informações conseguimos melhorar para o próximo ano. Segue abaixo alguns depoimentos.

Casa de Carnes Ferreira - Maria de Fátima: Gostei, que alegria foi ver os ganhadores, muito boa.

Leão dos Vidros – Marli: Satisfeita, assim premiou mais pessoas todas as lojas tinham ganhadores

Prata Baterias – Clovis: Gostou muito, a publicidade ajudou bastante

Supermercado Nova opção- Patrício: Achei muito positivo, clientes saíram satisfeitos, muito boa para o empresário q teve o retorno.

Recort Artesanato-Patricia: Foi interessante. Todos elogiaram e não tem nada a reclamar.

Central Gás- Reinaldo: Satisfeito. Retorno excelente. Não tem nada a reclamar, somente elogiar. Essa campanha passa muita confiança por ter a ACE/CDL e os Sicoobs como parceiros.

Malwe- Sandra: Bem legal, clientes pediam seladinhos, e o mais interessante é o dinheiro circular no comercio.

Luidar Tintas- Luiz Henrique: Foi muito bom, os clientes adoraram.

Papelaria Solar: Meire: Foi muito bem, muitas pessoas ganharam prêmios, foi a melhor pois a vantagem de ganhar na hora muito interessante para o lojista

Opção Modas Cleonice - Achou muito interessante o dinheiro voltar para o empresário

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