

## Valor tangible: Estrategia pos venta para adultos jóvenes

Sicredi es un sistema de cooperativas de ahorro y crédito que cuenta con 100 cooperativas de ahorro y crédito que prestan servicios a 3 millones de socios a lo largo de Brasil bajo una sola marca. Desde 2003, Sicredi ha duplicado el número de nuevos socios de adultos jóvenes con su oferta de paquete específico llamada *Sicredi Touch* [Contacto Sicredi].

Con una campaña de mercadeo galardonada y una experiencia diferente que cuenta con un kit de bienvenida dirigido específicamente a los jóvenes, la oferta funcionó de maravillas para generar nuevos socios, pero ¿cómo continuarían los adultos jóvenes beneficiándose de un enfoque de servicio personalizado después de que se convierten en socios?

Muchas cooperativas de ahorro y crédito dentro de Sicredi lograron activar y retener exitosamente a adultos jóvenes como socios y dos de ellas tuvieron iniciativas innovadoras y creativas para apoyarlo.

Vale do Taquari de Sicredi es una cooperativa de ahorro y crédito con 50,000 socios, ubicada en la ciudad de Lajeado, al sur en el estado de Rio Grande do Sul. Pronto se dieron cuenta que al formar parte del grupo demográfico de adultos jóvenes, tendrían que activar la relación con la marca de Sicredi fuera de la sucursal. Especialmente compartiendo buenas experiencias y generando una atmósfera deseable para involucrarse y generar valor para la oferta.

Ellos vieron la oportunidad en la fiesta anual de disfraces de Lajeado, un gran evento en el pueblo, en el que los adultos jóvenes están deseosos de participar y socializar. Un simple patrocinio no era suficiente para lograr sus metas, ya que no solo querían obtener la presencia de la marca sino también hacer evidente que tener una cuenta de Sicredi Touch es algo “diferente” y “estupendo”.

Además del material de los promotores y el material de mercadeo, decoraron el espacio VIP más completo y más deseado y ofrecieron un descuento de BRL \$20 (o US\$7) a todas las personas que compraban el boleto usando la tarjeta visa Sicredi Touch. ¡Fue un éxito!

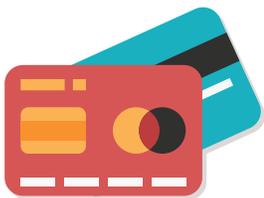
En otra cooperativa de ahorro y crédito, a 500 millas de distancia, en el estado de Paraná, la cooperativa Vale do Piquiri ABCD de Sicredi estaba enfrentando el mismo desafío. ¿Cómo ofrecer de manera continua una gran experiencia, centrándose en el público objetivo de los adultos jóvenes, pero esta vez dentro de la sucursal y dentro de sus servicios?



**Daniel Ferretti**

Director Ejecutivo de  
Mercadeo

[Sicredi](#), Brasil



Una “cuenta corriente rotativa” era algo que al principio no entendían y no sabían lidiar con su precio más alto. Una vez que se explicó en forma de un “límite de crédito adicional automático” y hubo personas con el tiempo y el conocimiento de explicarles cómo funciona, todo estuvo estupendo y se entendió con claridad.



***La cooperativa de ahorro y crédito Vale do Taquari de Sicredi vio la oportunidad de no solo patrocinar la fiesta de disfraces de Lajeado donde participan adultos jóvenes, sino obtener presencia de la marca demostrando que tener una cuenta visa Sicredi Touch es único.***

tratar con personas de su misma edad. Estaban buscando algo sencillo, económico y fácil de usar. Pero, cuando se puede recurrir a un oficial de cuentas exclusivo para los adultos jóvenes, con capacitación específica, pueden aconsejar y explicar mejor estos términos complejos y cómo funcional las cosas para los adultos jóvenes.

Resultó fácil darse cuenta que a pesar del gran servicio brindado a todos los socios, los adultos jóvenes tenían dificultad en entender las jergas financieras, las características y los precios de los productos cuando hablaban con su gerente de cuentas. De manera que se les ocurrió la idea de contratar a adultos jóvenes en la posición de gerentes de cuentas para alinear mejor la comunicación de la asesoría financiera.

Por ejemplo, una “cuenta corriente rotativa” era algo que al principio no entendían y no sabían lidiar con su precio más alto. Una vez que se explicó en forma de un “límite de crédito adicional automático” y hubo personas con el tiempo y el conocimiento de explicarles cómo funciona, todo estuvo estupendo y se entendió con claridad.

Antes de lanzar la Cuenta Touch, la investigación indicó que para los adultos jóvenes no es una gran cosa ni muy relevante