

Programa de PSCU *Haga que su dinero sea importante*

PSCU está en la misión de conectar dos grupos de valores alineados: los mileniales y las cooperativas de ahorro y crédito. En el otoño de 2014, la organización de servicios de la cooperativa de ahorro y crédito lanzó el programa [Haga que su dinero sea importante](#) para educar a los adultos jóvenes acerca de los beneficios de formar parte de una cooperativa de ahorro y crédito. Muchas cooperativas de ahorro y crédito están sorprendidas de lo notablemente desinformados que están los mileniales en relación con las diferencias entre las cooperativas de ahorro y crédito y los bancos. *Haga que su dinero sea importante* cierra la brecha en una forma sencilla y directa.

El mensaje en el [video de la campaña](#) es claro: “Hasta el 97% del dinero que usted deposita puede irse de su comunidad. Cuando utiliza una cooperativa de ahorro y crédito, el dinero que usted deposita se queda en la comunidad. Las inversiones locales son las semillas que permiten que las comunidades sigan creciendo”.

En su [página web](#), un video interactivo de desplazamiento horizontal permite al usuario involucrarse visualmente con impactante información financiera que muestra las diferencias claves entre las cooperativas de ahorro y crédito y los bancos.



Myles Bristowe

Director Jefe de
Mercadeo de la
Cooperativa de Ahorro
y Crédito

[PSCU](#), Florida, EUA



Haga que su dinero sea importante también ayuda a las cooperativas de ahorro y crédito llegar a los mileniales en una forma más eficaz. La iniciativa ofrece a las cooperativas de ahorro y crédito gráficas diarias, *tweets* escritos de antemano, mensajes y otro contenido listo para compartir en Twitter, Facebook, Instagram y otros canales de redes sociales. El programa es gratuito para todas las cooperativas de ahorro y crédito y ofrece una librería de recursos y herramientas analíticas para medir el impacto de las redes sociales.

Haga que su dinero sea importante es un vehículo para llegar a los mileniales e interesarlos en las cooperativas de ahorro y crédito, pero no es el último destino. El principal objetivo del programa es crear mayor conciencia en las cooperativas de ahorro y crédito individuales a través de la creación y la distribución automatizada de contenido localmente personalizado.

Actualmente, 290 cooperativas de ahorro y crédito participan en el programa. Las cooperativas de ahorro y crédito que participan en el programa han tenido un índice de crecimiento promedio de 25% en lo que respecta a sus aficionados y seguidores de Twitter y Facebook. Hay una gran demanda por mensajes que se identifiquen fuertemente con los mileniales, esto quedó demostrado por las más de 140,000 visitas a la página web *Haga que su dinero sea importante* y las más de 140,000 búsquedas en su localizador de cooperativas de ahorro y crédito.

En los dos primeros meses de la campaña, las ocho cooperativas de ahorro y crédito participantes originales recibieron 31 millones de visitas a su página de Facebook y 4.1 millones de respuestas por Twitter. Aunque estas cooperativas de ahorro y crédito tenían su sede en ocho ciudades, la actividad tuvo lugar en todos los 50 estados. Esto demuestra que el poder viral compartido de los socios de las cooperativas de ahorro y crédito y el alcance de sus redes personales se extiende más allá de los límites estatales.



Las cooperativas de ahorro y crédito que participan en el programa han tenido un índice de crecimiento promedio de 25% en lo que respecta a sus aficionados y seguidores de Twitter y Facebook.