



O negócio é cooperação.

21 e 22 DE AGOSTO

CENTRO INTERNACIONAL DE
CONVENÇÕES DO BRASIL - CICB







QUEM SOMOS

Destaque no cenário cooperativista nacional,
a Coopama oferece aos seus mais de

2.300 cooperados

serviços de qualidade e
produtos de marcas próprias
e das principais empresas
do segmento do agronegócio.



Segmento: **Agropecuário**

Número de Cooperados: **2.300**

Número de Colaboradores: **326**



ÁREA DE ATUAÇÃO

Sede: **Machado**

Unidades:

Alfenas

Elói Mendes

Poço Fundo

Turvolândia





O QUE É O PEM?

É um planejamento de marketing e comunicação para desenvolvimento de parcerias, visando crescimento da marca e divulgação de produtos e serviços dos parceiros, através de cotas de investimentos, divididas em:
Diamante, Ouro, Prata e Bronze.



COMO FUNCIONA?

O PEM envolve parceiros (fornecedores) e tem como estrutura a construção de um plano de comunicação e mkt anual.

O projeto é criado de acordo com as diretrizes estratégicas da Coopama e os interesses dos parceiros.

Início do projeto Outubro de 2010



MOTIVOS DA ADOÇÃO DA PRÁTICA

Cenário Competitivo + Recursos Limitados



Necessidade de captar recursos para
ações de marketing



Transformar a Coopama em referência no setor

CONTROLE

5W2H

Ferramenta de gestão para facilitar o processo de projetos e ações através de checklist.



CONTROLE

AGM - Avaliação Gerencial Mensal

Garantia de visão controlada e planejada

Atualizada e apresentada mensalmente

PROATIVIDADE

Planejamento anual das atividades
de marketing

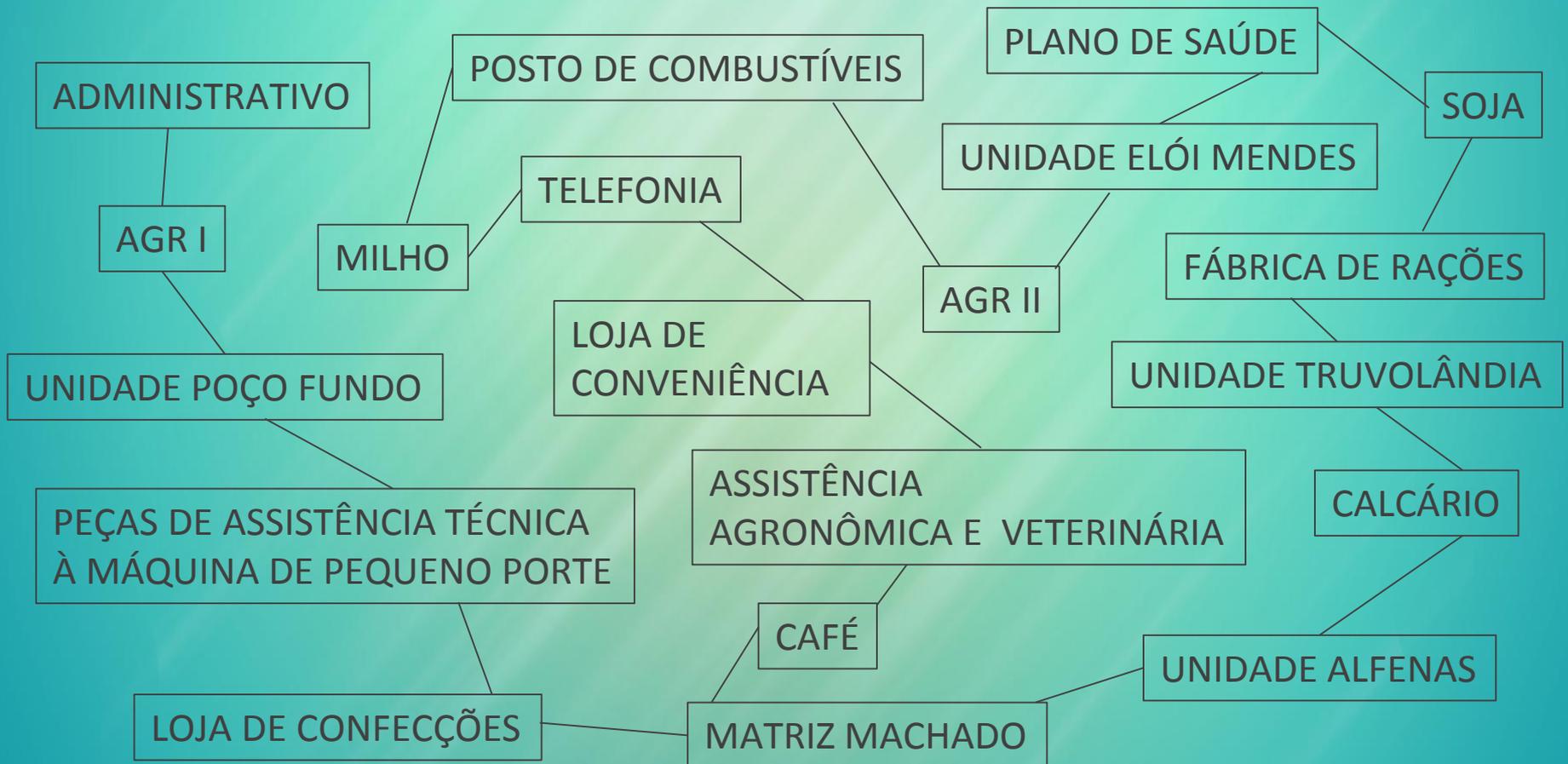
Relacionamento entre fornecedores e Coopama.

Presença Constante na Mídia Regional.



TODOS SÃO ENVOLVIDOS!

(22 setores)



MELHORIAS

- Criação de um cronograma para execução das ações de marketing, com uma continuidade da sequência de ideias.
- As reuniões realizadas antecipadamente com os parceiros do ano anterior.
- Atualmente todos os parceiros de marketing recebem informações sobre as ações.



MELHORIAS

- O evento de Prestação de Contas passou a ser realizado em local de destaque na região.
- Criação de novas cotas a partir do aumento da demanda.



INTEGRAÇÃO COM OUTRAS PRÁTICAS

Alinhamento com os objetivos de crescimento da Cooperativa dentro de seus pilares de missão, visão, valores e negócio.



INTEGRAÇÃO COM OUTRAS PRÁTICAS

Cooperação dos setores:

Compras

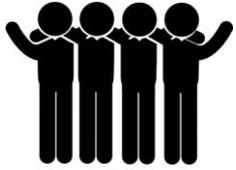
Vendas

Diretoria

Departamento de Marketing.



ALINHAMENTO COM OS PRINCÍPIOS COOPERATIVISTAS



GESTÃO
DEMOCRÁTICA



AUTONOMIA E
INDEPENDÊNCIA



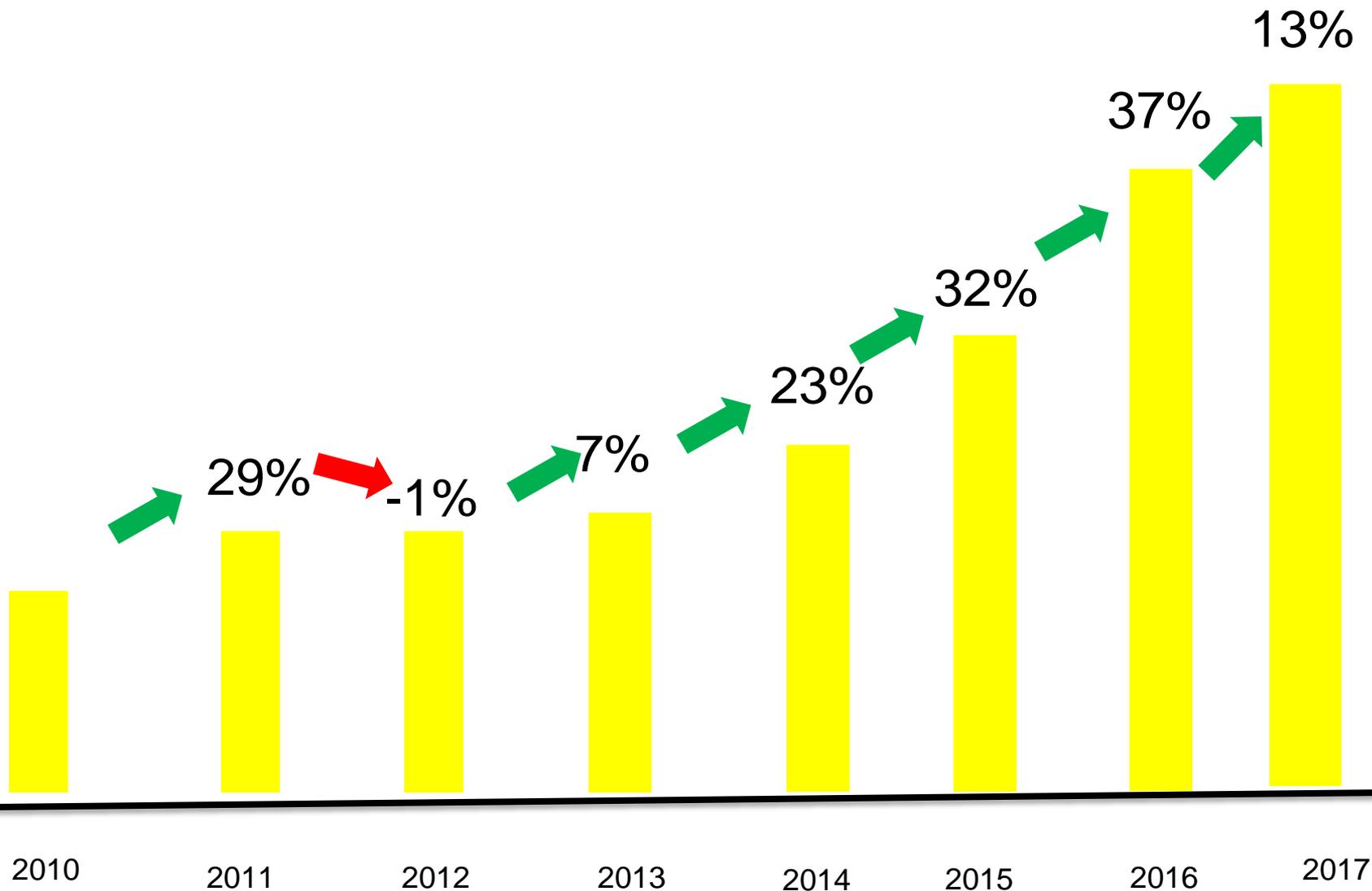
EDUCAÇÃO FORMAÇÃO
E INFORMAÇÃO



RESULTADOS



RESULTADOS CUANTITATIVOS



RESULTADOS QUALITATIVOS

Maior interesse dos parceiros para participação no projeto que tem cotas limitadas;

Melhor desempenho nos investimentos e na construção de marca;

Maior presença na mídia e maior visibilidade da marca;



RESULTADOS QUALITATIVOS

Acompanhamentos das ações através do 5W2H;

Ampliação da Cooperativa com a inauguração das Unidades de Poço Fundo e Alfenas;

Maior participação da cooperativa junto à comunidade;



RESULTADOS QUALITATIVOS

Aumento de ingressos totais;

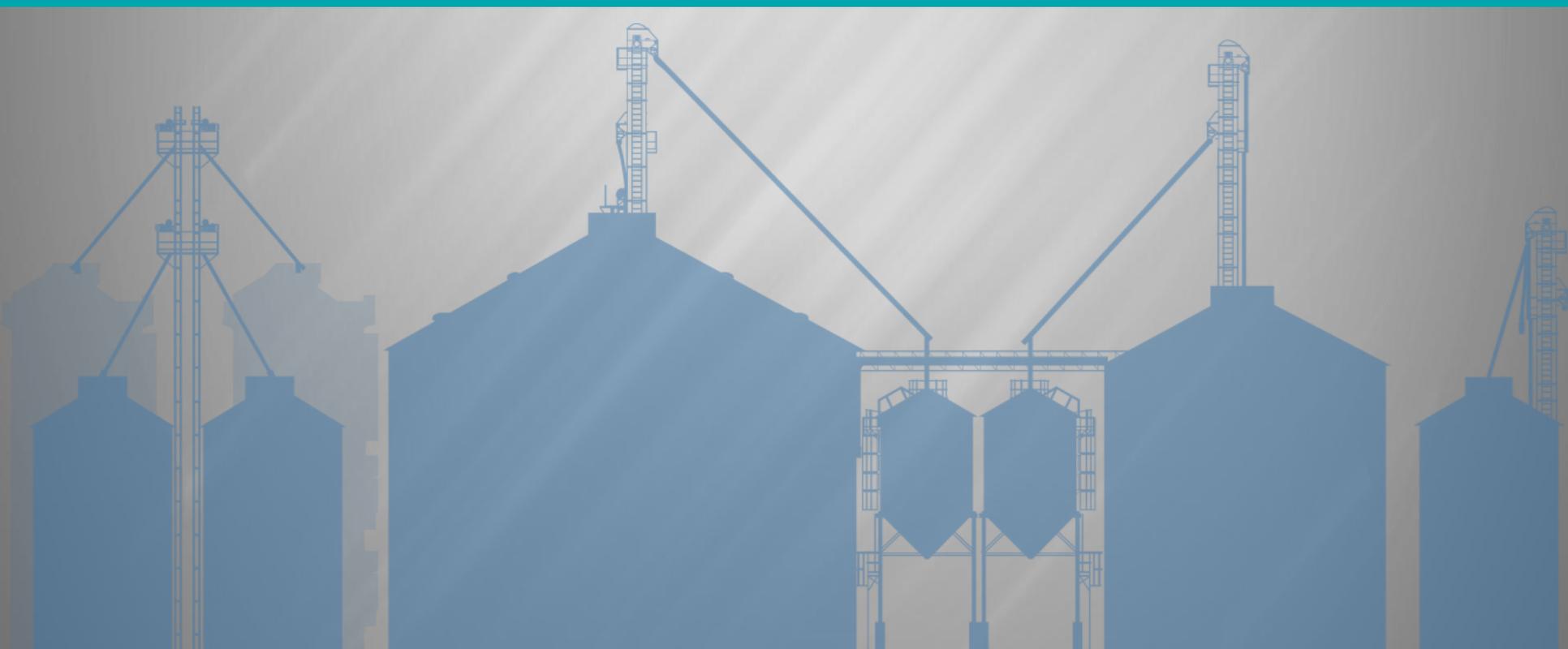
Desenvolvimento de novos produtos e serviços para os colaboradores e cooperados;

Melhoria no desempenho das vendas dos parceiros;

Maior oferta de eventos técnicos e culturais aos cooperados e colaboradores;



EVENTO DE MARKETING 2017



2013



2013 Perfil WEspanha



2013 Perfil WEspanha



2014



2015



Planejamento Estratégico de Marketing
Coopama



Planejamento Estratégico de Marketing
Coopama



Planejamento Estratégico de Marketing
Coopama



Planejamento Estratégico de Marketing
Coopama

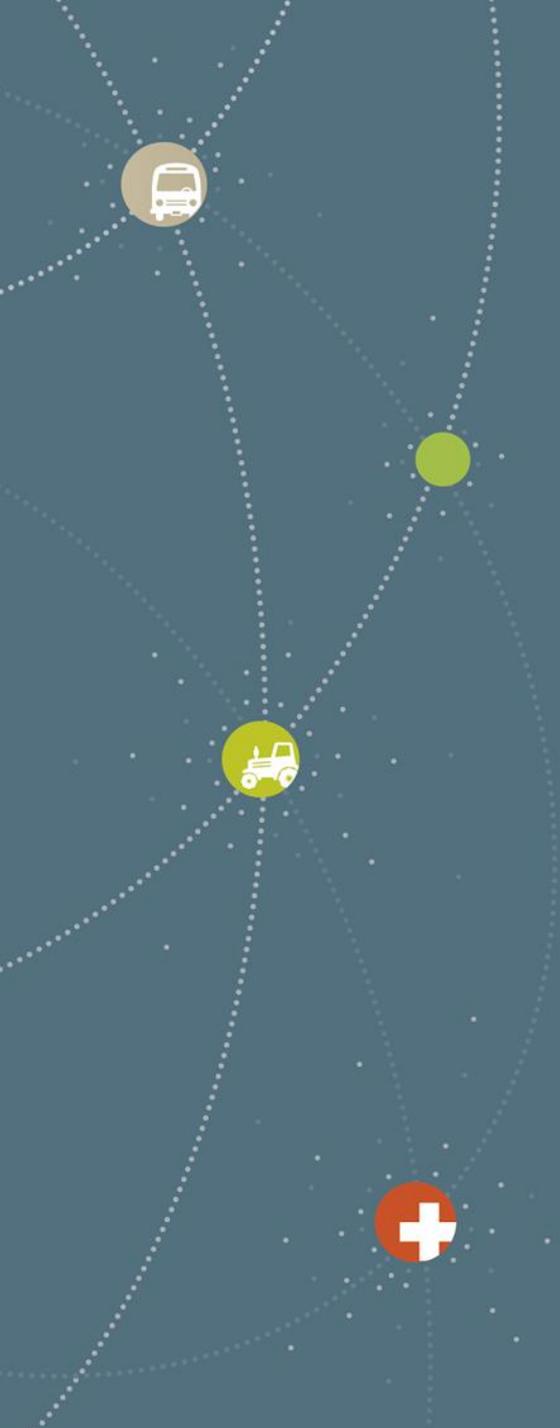


2016



2017





Muito Obrigado!

somoscooperativismo.coop.br/intercoop

