

Categoria Marketing
Aquisição - 1º Lugar

Nome do Case: **Oferta Ativa de Ourocard Não Correntista**
Emissor: **Banco do Brasil**

Nome do Líder: Guilherme Lima

Nome dos Participantes: Gustavo de Carvalho e Elisa Machado

Para conquistar prospects não correntistas, o Banco do Brasil adotou nova abordagem de acolhimento de propostas de cartões Ourocard. Com o objetivo de incentivar a experimentação dos atributos e benefícios do cartão, foi realizada ampla campanha de telemarketing ativo. Como resultado, esta campanha gerou 33,8% de novos cartões em 2009 e ultrapassou em 16% a meta diária de vendas em relação a 2008.