

Categoria Marketing
Aquisição -3º Lugar

Nome do Case: **Microparcerias – Um Modelo de Vendas com Macroresultados**
Emissor: **Citibank**

Nome do Líder: André Marques
Nome dos Participantes: Atairton Silva e Cassio Quintao

O produto ofertado foi o cartão de crédito D Super, exclusivo da bandeira MasterCard, com foco nos consumidores das classes C, D e E com interesse em adquirir cartões de crédito para o uso cotidiano. Este produto oferece descontos de até 10% nas compras realizadas em supermercados. A campanha consistiu em criar microparcerias com pequenos varejistas regionais localizados em áreas com grande fluxo de pessoas. Como resultado, a ativação do cartão teve crescimento de 20% durante o período, partindo de 59% para 71%. Além disso, a participação da bandeira MasterCard nas vendas passou de 45% para 73% em 6 meses.