



Arredondando causas



DIADEDOAR



,00
arredondar



Dia de Doar no Brasil

O Dia de Doar surgiu em 2012 nos Estados Unidos, batizado de Giving Tuesday.

Acontece anualmente na primeira terça-feira após o Dia de Ação de Graças, na sequência da Black Friday e da Cyber Monday.

Desde 2014, o Brasil passou a fazer parte do movimento. A campanha, realizada oficialmente em 72 nacionalidades, conta com ações em mais de 190 países.

Resultados da mobilização nacional em 2019

1

R\$ 1.1 Milhões doados online

No dia 3 de dezembro, em plataformas parceiras do Dia de Doar foram mais de 10 mil doadores únicos.

2

R\$ 2.3 Milhões doados

Valor alcançado somando as as doações online com as campanhas das próprias organizações.

3

42 Milhões de pessoas alcançadas

No dia 3 de dezembro medidos a partir da plataforma parceira Stilingue, 30% acima de 2018 e do acompanhamento do instagram 14 milhões



Como participar do dia de doar?

Referências



Malwee



UAUBox

1 compra = 1 doação

Valor da doação é fixo e pode contemplar um produto ou todo o portfólio da marca. A doação pode ser automática ou envolver o engajamento dos clientes.

Malwee + Arredondar

Campanha #atitudesdobem
Duração 2 meses

Os clientes cadastram no site da campanha as etiquetas de compras realizadas dentro de coleções para crianças, escolhendo uma ONG da causa Infância a ser apoiada. A cada peça e registro feito, a Malwee realiza uma doação para a ONG escolhida.

UAUBox + Arredondar

Campanha recorrente
Duração sem prazo definido

A cada entrega realizada pela UAUBox, a marca doa R\$ 1 real para apoiar causas sociais. No primeiro mês, a parceria apoiou a causa Outubro Rosa, destinando as doações para ONGs de tratamento e prevenção ao câncer.





Como participar do dia de doar?

Referências



[1% for the planet](#)

Porcentagem da receita ou lucro

A empresa destina parte do lucro para determinada causa (valor variável). A doação pode ser automática ou envolver o engajamento dos clientes.



1% for the Planet

Campanha recorrente

Mobilização de empresas e indivíduos para apoiar organizações sociais ambientais certificadas, criando parcerias que amplificam o impacto das doações.

As empresas associadas ao 1% for the Planet se comprometem a doar 1% das vendas brutas a cada ano aos parceiros sem fins lucrativos aprovados.

Esta campanha não tem relação com o Arredondar.





Como participar do dia de doar?

Referências



[Colorado Amazônica](#)



[IBCC e Hering](#)

Produto social

Neste tipo de campanha, a marca cria um produto especial, cuja venda é revertida para apoiar uma causa.

Colorado Amazônica

Campanha recorrente

Cerveja especial, com valor variável semanalmente, de acordo com a taxa de desmatamento da Amazônia. Todo valor é revertido para a comunidade.

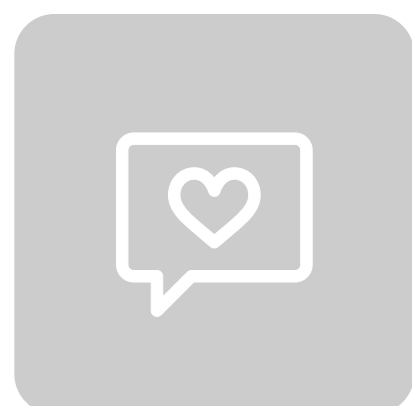
Esta campanha não tem relação com o Arredondar.

IBCC e Hering

Campanha pontual

A Hering, em parceria com o IBCC (Instituto Brasileiro de Controle do Câncer), desenvolveu uma coleção especial com o símbolo Alvo Azul. A cada produto da coleção vendido, a marca realiza uma doação para o IBCC, podendo ser de R\$ 6,50 a R\$ 7,30 em edições especiais.

Esta campanha não tem relação com o Arredondar.



Como participar do dia de doar?

Referências



[Extraplus](#)



[Gol Linhas Aéreas](#)

Matchfunding

A empresa impulsiona o valor das doações feitas pelos clientes. Pode durar um dia, semana, meses. Outros formatos: doação da marca a cada hashtag compartilhada, doação a cada compra com meta.

Extraplus + Arredondar

Arredondar em dobro no Supermercado
Duração 1 mês

Já parceiro do Movimento Arredondar no formato de arredondamento dos centavos de compras para destinar a 2 organizações sociais, o Supermercado Extraplus, durante um mês, duplicou os valores arrecadados pelos clientes para impulsionar as doações.

Gol + Arredondar

Dia de Doar na Gol
Duração 1 dia

Já parceira do Movimento Arredondar no formato de arredondamento dos centavos de compras, a GOL Linha Aéreas aderiu ao Dia de Doar, realizando uma doação de R\$ 100 reais a cada arredondamento feito pelos clientes.



Por que o Matchfunding?

Quando **marca e consumidores doam juntos**, minimiza-se ruídos de que estariam transferindo a responsabilidade social para o cliente, questionamentos sobre lucro, cobranças sobre a empresa ter meios (mais capital) para doar.

Impacto positivo para a imagem da marca: há maior valorização quando a marca faz parte da ação proposta, como dar o primeiro passo e inspirar as pessoas a seguir.

Conexão com uma causa: o matchfunding fortalece a percepção sobre compromisso social e amplia a identificação de uma causa associada à marca.

Maior potencial de engajamento: doar junto com o cliente provoca maior engajamento.

Inspira as pessoas a fazer parte da campanha, sentir que também são responsáveis pelo impacto gerado.



Como participar do dia de doar?

Referência



Páginas de Doação

Existem muitos formatos de ações e campanhas que podem ter uma página de doação ou serem vinculados a datas específicas (ex: mês da mulher, meio ambiente, semana das crianças). Desenhamos formatos customizados, de acordo com a operação e necessidade de cada parceiro.

BK Express + Arredondar

Campanha pontual

Duração enquanto houver menor circulação de pessoas nas lojas

Página de doação criada pelo Arredondar e divulgada em banner no aplicativo BK Express para engajar doações online diretas dos clientes durante a pandemia. As doações são divididas igualmente para as 13 ONGs apoiadas pela marca.

Como co-criamos campanhas

Planejamento

Nós fazemos tudo a várias mãos e queremos ajudar a mudar como a marca se posiciona em relação a causas - vamos, juntos, montar um cronograma factível

MVP

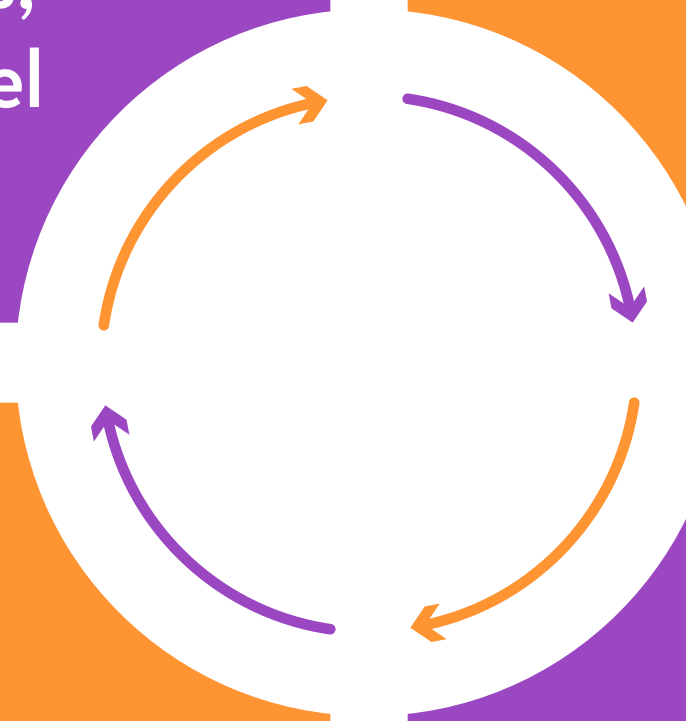
Sempre vamos pilotar em cenários de menor complexidade e com a solução mais enxuta - acrescentando camadas de soluções com o tempo

Novas propostas

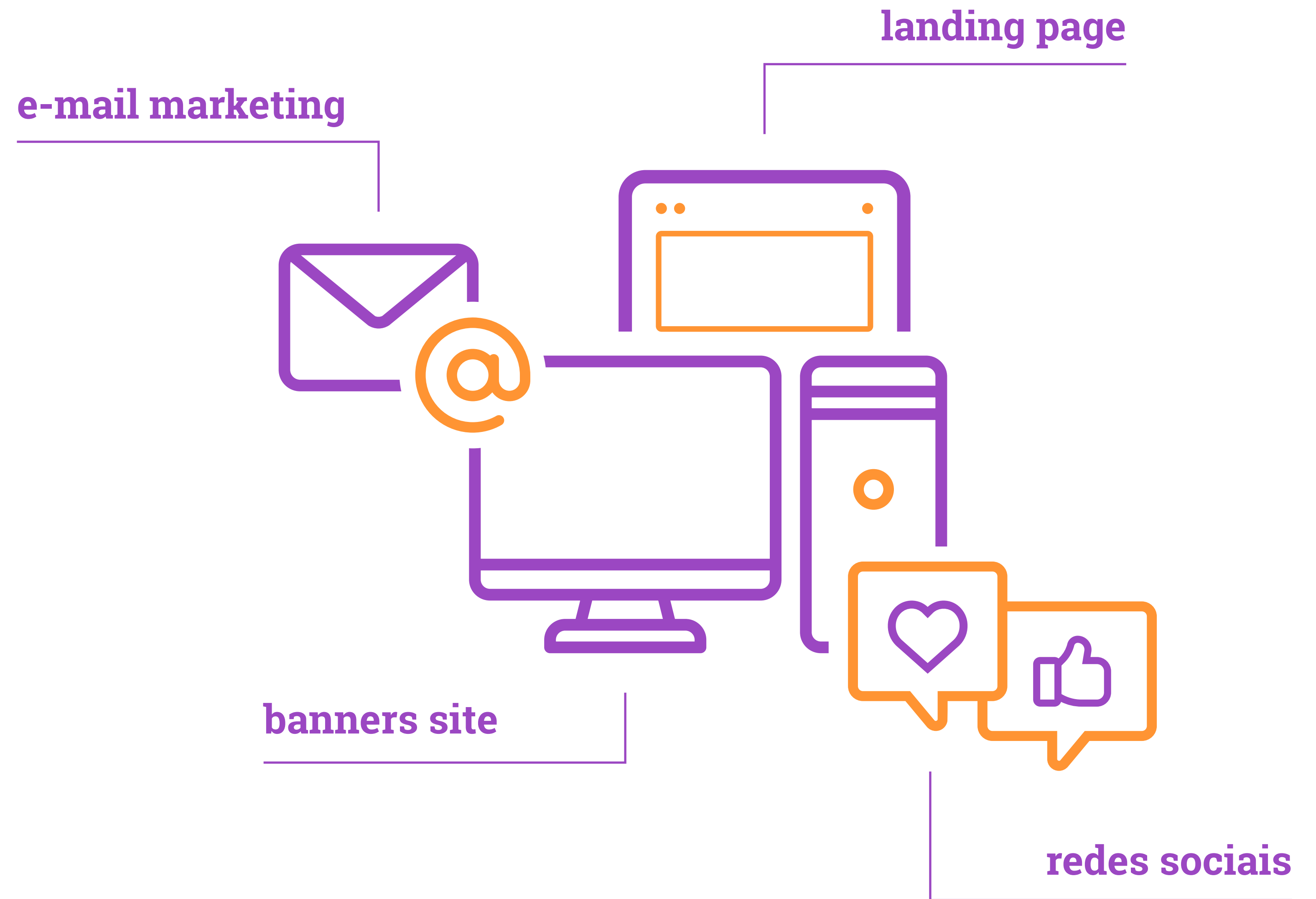
Trazemos soluções que possam alavancar a promoção de impacto da marca e engajar sua equipe e clientes

Aprendizado

Analizamos como o seu público interage com causas para pensar formas de ampliar o engajamento, com menor impacto na operação



Formas de divulgar



Campanha Gol

Dia de Doar:
a GOL faz parte deste movimento

Doe o valor que completa sua compra para as ONGs parceiras do Programa Arredondar, e a GOL vai contribuir com **mais R\$ 100!**

Como eu posso ajudar?

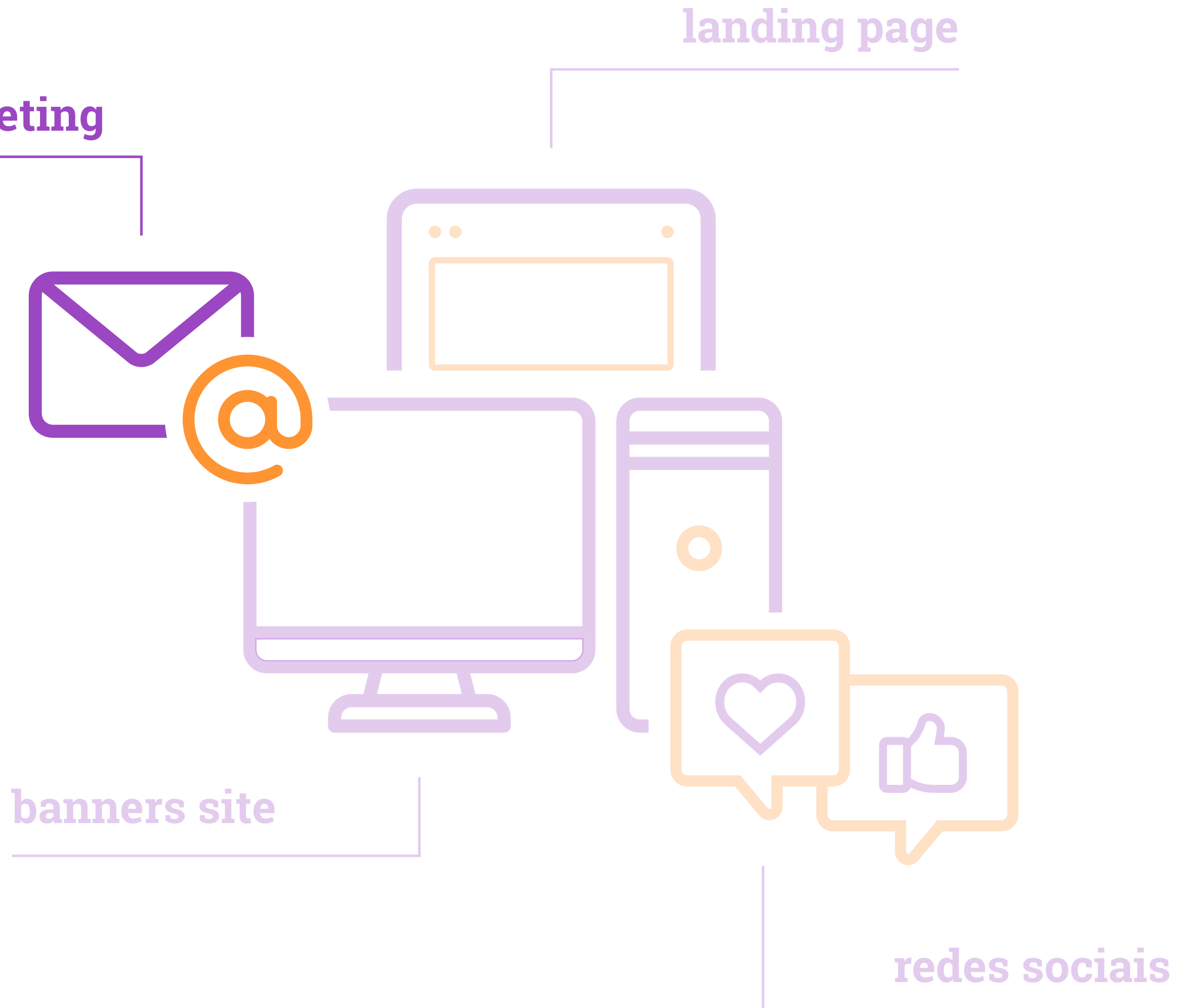
É muito simples! Na hora de escolher sua forma de pagamento, selecione a opção "Aceito participar do Movimento Arredondar" no box do Programa.

Faça sua parte!

[Acesse o site](#)

No Dia de Doar a Gol criou uma campanha integrada entre as suas mídias, esse foi o e-mail usado para comunicar a ação

e-mail marketing



Campanha Gol



Seguindo a mesma identidade o banner no site da GOL foi alterado no Dia de Doar para o exemplo acima, aumentando o alcance da campanha

e-mail marketing

landing page



banners site

redes sociais

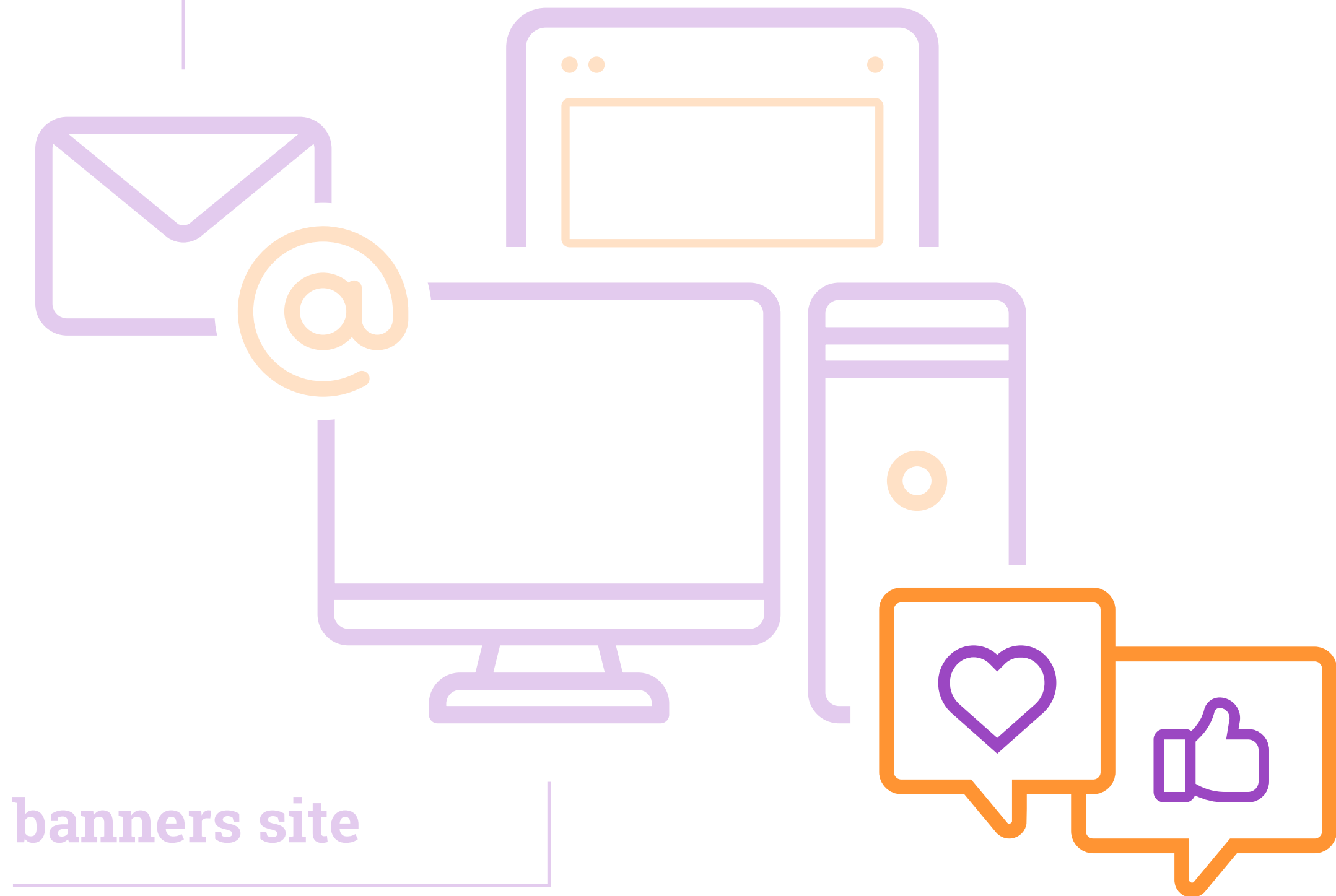
Campanha Extraplus



Com uma campanha do tipo Matchfunding o Extraplus utilizou as redes sociais para impactar os seus seguidores

e-mail marketing

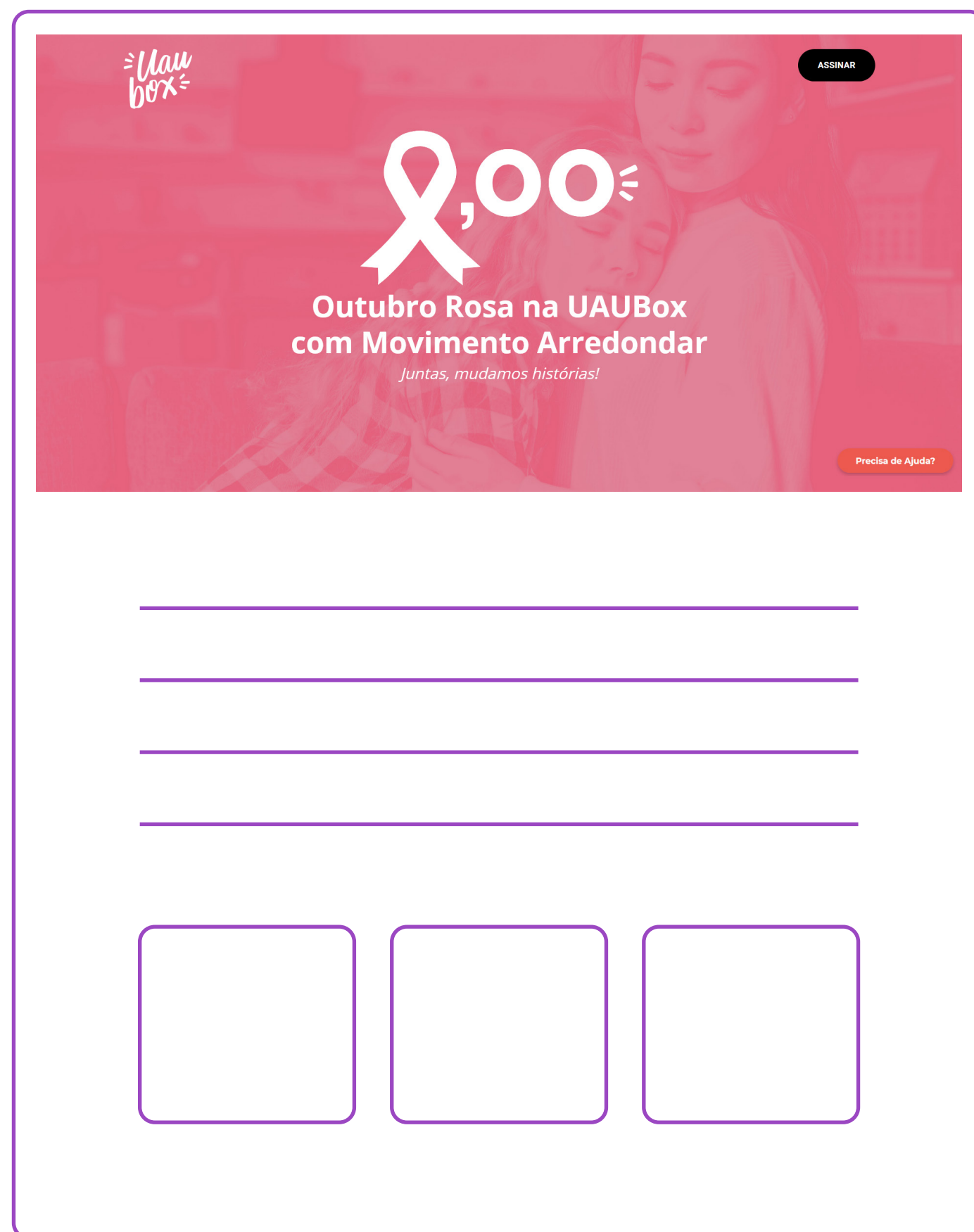
landing page



banners site

redes sociais

Landing page UAU Box



Modelo de página utilizada na campanha Outubro Rosa UAU Box e Movimento Arredondar

e-mail marketing

landing page



banners site

redes sociais

Vamos conversar?

O time Arredondar pode
desenhar uma proposta
customizada para a marca

arredondar.org.br



,OO
arredondar