



Edenred: Um cartão com sabor a vantagens

Por **Marketeer** — em 12:50, 29 Out, 2021

Mais de 500 mil trabalhadores portugueses têm nas suas carteiras um cartão Euroticket Refeição, onde recebem todos os meses o seu subsídio de refeição. Além dos benefícios fiscais que acarreta, quer para o empregador, quer para o trabalhador, o cartão Euroticket oferece acesso à maior rede de estabelecimentos do País (com mais de 35 mil estabelecimentos parceiros, como restaurantes, hipermercados, talhos e pastelarias), descontos em centenas de restaurantes, um plano de saúde gratuito, entre outras vantagens.

O cartão Euroticket Refeição é, assim, muito mais do que o benefício de refeição. Os seus utilizadores têm acesso a desconto em combustível na Repsol e podem beneficiar gratuitamente do plano de saúde Medicare Silver Edenred, que dá acesso a um conjunto de serviços de saúde e de assistência nas entidades prestadoras da rede Medicare, com descontos até 30%, beneficiando ainda de vantagens exclusivas no alargamento do plano a toda a família. Mas o leque de escolha é variado, com vantagens no acesso a múltiplos serviços, desde hotéis a ginásios, passando por livrarias, papelarias e produtos de consumo.

«O objectivo é complementar o benefício fiscal a que os colaboradores têm acesso, por receberem as nossas soluções com um conjunto de outros benefícios tangíveis e relevantes para o seu dia-a-dia. Trabalhamos diariamente no alargamento desta base de parcerias, quer para aumentar a sua abrangência e diversidade, quer para inovar», garante Joana Peixoto, directora de Marketing e Comunicação da Edenred, empresa responsável pelas soluções Euroticket.

Enquanto líder na gestão de benefícios extra-salariais, e mantendo-se atenta à evolução das tendências do mercado laboral e das necessidades das empresas e colaboradores, a Edenred tem vindo a alargar o seu portefólio de produtos no mercado português. Actualmente, só na área dos benefícios sociais, além do Euroticket Refeição, a empresa disponibiliza o Euroticket Creche (disponível em e-voucher ou cheque) e o cartão Euroticket Estudante, entre outros.

«Temos de continuar a inovar e crescer, aumentando a abrangência dos benefícios disponibilizados, cobrindo áreas como a alimentação, mobilidade, educação/formação ou saúde. O desafio é fazê-lo mantendo a elevada qualidade de serviço e atendimento que nos é reconhecida, bem como o total respeito pelo enquadramento fiscal e regulatório de cada produto», explana Joana Peixoto.

NA PONTA DOS DEDOS

Nos tempos que correm, os benefícios extra-salariais são um tema cada vez mais pertinente para as empresas, que poderão ter nesta área um factor diferenciador na hora de atrair talento, sobretudo numa era em que a pandemia de Covid-19 trouxe à tona e reforçou temas como a flexibilização de horários e de modelos de trabalho. «Num contexto de grande mudança na demografia da força de trabalho, com novas expectativas acerca da forma como esse trabalho deve ser compensado, é imperativo adequar os benefícios extra-salariais para construir uma proposta de valor interessante, que permita atrair o talento adequado à realidade de cada empresa. Os benefícios titularizados (como cartões de refeição ou de educação, por exemplo) são um mecanismo por excelência para compor essa proposta de valor, ao mesmo tempo que permitem dinamizar sectores tão afectados pela pandemia, como o da restauração, do turismo ou da cultura», sublinha a responsável.

Além de alargar o seu portefólio de soluções, a Edenred tem como foco investir cada vez mais na digitalização da oferta e na melhoria da experiência de utilização. Hoje, todos os benefícios e soluções compreendidos pelos cartões Euroticket estão disponíveis, em poucos cliques, na app MyEdenred, que permite aos utilizadores associarem todos os seus cartões e gerirem todas as soluções Euroticket de forma digital.

Com uma base de mais de meio milhão de utilizadores, a app MyEdenred permite controlar os saldos e movimentos nos

diferentes cartões Euroticket; pesquisar estabelecimentos aderentes a esta rede, com geolocalização, o que facilita o acesso a estabelecimentos nas zonas de movimentação do utilizador; reservar e fazer pedidos de take away nos restaurantes que ativem essa opção; e receber sugestões de novos estabelecimentos, que não constem ainda da rede de parceiros.

Além disso, a app MyEdenred agrega ainda um conjunto alargado de vantagens exclusivas e benefícios para utilizadores do cartão Euroticket, como um plano de saúde gratuito, soluções de mobilidade, bem-estar e lazer e descontos em insígnias parceiras, como a Repsol, Holmes Place, Fnac, Dott, Rituals, entre outras.

APOIO À RESTAURAÇÃO

Ciente das dificuldades que muitos dos seus estabelecimentos parceiros atravessaram e continuam a atravessar, a Edenred lançou em Portugal o Euroticket+, um programa de benefícios criado para mitigar os efeitos da crise causada pela Covid-19. Destinado a parceiros do sector alimentar e da restauração, contempla um cartão carregado com um valor oferecido pela Edenred aos estabelecimentos seleccionados.

«O Euroticket+ surge em pleno contexto de pandemia, como forma de apoiar a rede de estabelecimentos aderentes às nossas soluções. Sendo esta rede uma componente essencial do nosso ecossistema, fez todo o sentido conceber um plano de apoio aos muitos restaurantes que ficaram sem actividade, ou com actividade muito reduzida durante este período», frisa a directora de Marketing e Comunicação da Edenred.

Além do valor carregado em cartão, o programa Euroticket+ inclui descontos em combustíveis, em serviços de pagamentos e condições vantajosas na adesão a serviços como a MyGon ou a TooGoodToGo, entre outros. «A receptividade foi boa e passámos a incorporar o programa Euroticket+ na nossa oferta permanente para esta rede de estabelecimentos parceiros», revela a responsável da empresa.

Para reforçar este seu posicionamento, quer junto das empresas e trabalhadores, quer da sociedade em geral, a Edenred renovou recentemente a imagem dos cartões Euroticket e lançou uma campanha de comunicação abrangente, sob o claim “O Euroticket tem outro valor. O valor social”.

Um claim que é suportado em dados: segundo um estudo da Nova IMS de Setembro de 2018, por cada euro de consumo via título de refeição, são injectados 2,9 euros na economia, aumentando o PIB em 2,1 euros. Segundo a Edenred, “este é um mecanismo que pode ser replicado com maior impacto noutras áreas, como a educação, saúde, turismo e cultura, tão afectadas pela pandemia”.

«Enquanto empresa especializada em benefícios sociais, contribuimos para um círculo virtuoso com benefícios claros para todos os intervenientes: os estabelecimentos aderentes, porque têm maior volume de negócios; os empregadores, porque aumentam a produtividade com um menor custo do serviço de alimentação; os trabalhadores, por terem mais rendimento disponível, melhor nutrição e saúde; o Estado, porque aumenta a actividade económica, as receitas fiscais e contributivas, diminuindo a economia não registada; e a sociedade em geral, por haver uma melhor distribuição de rendimento, mais emprego, redução da desigualdade e melhoria da saúde da população», conclui Joana Peixoto.

Este artigo faz parte do Caderno Especial “Cartões de Fidelização e Pagamento”, publicado na edição de Outubro (n.º 303) da Marketeer.

pub



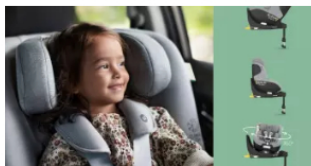
Para si

Links patrocinados por taboola



**À procura da sua cara-metade?
Descubra-a com este Quiz!**

Agência Matrimonial



**A primeira cadeira auto sustentável
da Maxi-Cosi**

MICA PRO ECO



**elhorar níveis de concentração em
épocas de estudo**

Mental Action



**Livre para querer e fazer. Já fez a sua
simulação?**

Crédito Pessoal Credibom



**Saiba como ter uma pele uma pele
bonita e bronzeada este verão**

ANF

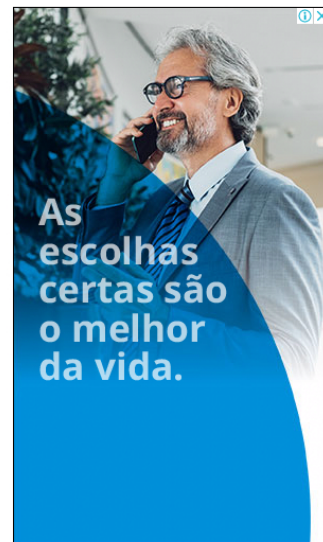


**Há um smartphone para todos. Saiba
aqui qual o mais indicado para si**

Xiaomi



WE SHOT AN ADULT FILM ON ONE OF THE MOST POLLUTED BEACHES IN THE WORLD



**As
escolhas
certas são
o melhor
da vida.**

MetLife
Exploremos a vida juntos



3 lições de Marketing a aprender com o Pornhub



Morreu Miguel Araújo, director de Comunicação do Super Bock Group



Instagram bane vídeo de Madonna por espalhar desinformação

ARTIGOS RELACIONADOS



Vila Galé: Diversidade orienta expansão



ISAG: Metaverso – um novo desafio para as empresas



Omnicom Media Group: Caminhar com as marcas para o sucesso dos negócios

< PREV NEXT >

COMENTÁRIOS

A carregar...

thinking huts 

Help students access a better future.

Learn How 




MARKETEER

E-MAIL MARKETING POR:



SOBRE

- ▶ Assinaturas
- ▶ Contactos
- ▶ Estatuto Editorial
- ▶ Estatuto Editorial Kids Marketeer
- ▶ Ficha Técnica
- ▶ Ficha Técnica Kids Marketeer
- ▶ Política de Privacidade
- ▶ Termos de Utilização

MULTIPUBLIÇÃOES MEDIA GROUP

- ▶ Automonitor
- ▶ Executive Digest
- ▶ Forever Young
- ▶ Human Resources
- ▶ Kids Marketeer
- ▶ Risco
- ▶ Viagens & Resorts

