

¿EL RETO?

Convertir la marca de Cerveza Águila Original en el símbolo de la celebración del Mundial Rusia 2018. Y con esto, aumentar las ventas de nuestras cervezas en el país.

LA OPORTUNIDAD:

Existen momentos que nos llevan a asociar emociones con diferentes marcas. Un Alka-Seltzer nos evoca alivio o una Sprite frescura.

¿Qué tal si logramos que cuando los consumidores vivan la celebración del fútbol piensen en brindar con Águila Original?

EL INSIGHT:

Si algo caracteriza a los colombianos es que celebran por todo y el sonido que producen dos botellas al brindar es un símbolo de ese momento.

Porque donde hay un brindis con cerveza, hay un plan, hay amigos, reencuentros y emoción.
Donde hay un brindis, hay pasión.
Y la pasión, es fútbol.

EL CONCEPTO

BRINDAR ES CELEBRAR EL MUNDIAL



CERVEZA
AGUILERA

EL SONIDO
DE TU PASIÓN

¿CUÁL ES LA IDEA?

Crearemos un cambio de pensamiento y comportamiento en los consumidores de cerveza alrededor del ritual del brindis, posicionando el deseo de celebrar el fútbol brindando con una cerveza Águila y buena compañía.

Por eso, el sonido del brindis de Águila no será igual al de todas las cervezas, tendrá sonidos particulares que evoquen la esencia de la marca, el folclor y la alegría de nuestro país.



¿QUÉ LOGRAREMOS?

Posicionaremos el brindis de la cerveza Águila como el símbolo de nuestra marca en el Mundial 2018, aumentaremos las ventas creando el deseo de tener una cerveza para brindar en los momentos de celebración y posicionaremos 'El Sonido de tu Pasión' como un concepto que vivirá en cada celebración del fútbol en Colombia.

¿CÓMO LO LOGRAREMOS?

Crearemos tres ediciones especiales de las botellas y latas de Cerveza Águila que tendrán sonidos particulares de instrumentos colombianos, estos se reforzarán en la campaña con la participación en medios, posicionando estos sonidos como originales de la Cerveza Águila.

IDEA DE MEDIOS

Pilares de comunicación:

- Brindar es símbolo de la celebración del fútbol.
- Si algo caracteriza a los colombianos son las maneras de brindar.
- Los colombianos somos originales por nuestra música.

ETAPA 1

1. CONVOCATORIA (Septiembre- diciembre)

MAYOR ALCANCE – CONOCIMIENTO DE LA IDEA

Esta etapa será para posicionar el brindis como el símbolo de Cervezas Águila en los partidos de eliminatorias.

- Ven – Col (Ago 31)
- Col – Bra (Sept 4)
- Col – Par (Oct 5)
- Perú – Col (Oct 9)

1. 'ENCIENDE TU PASIÓN'

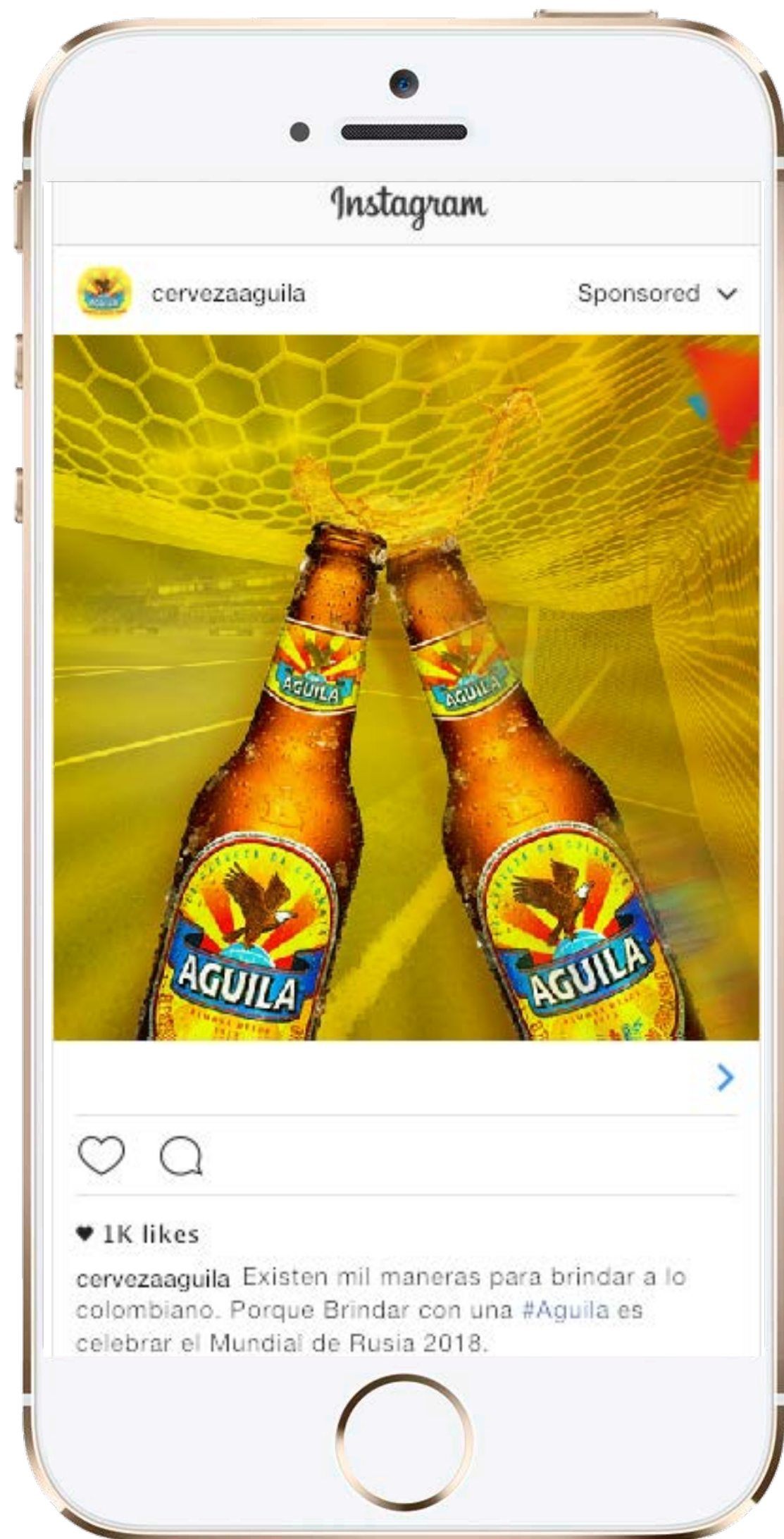
Crearemos sitios autorizados con televisores para transmitir los partidos del Mundial, sin embargo estarán apagados y para encenderlos, los asistentes deberán brindar con sus cervezas junto a un "medidor de decibeles" que aumentará su frecuencia con el brindis de las personas hasta que se encenderá.



2. INTERVENDREMOS LAS PUERTAS Y ASCENSORES

DE LOS CENTROS COMERCIALES Y LUGARES DE ALTA FRECUENCIA CON CERVEZAS QUE BRINDARÁN AL MOMENTO DE CERRARSE.





Click para ver el GIF.

3. EN DIGITAL:

RRSS

'Brinda a lo colombiano'
Con un tono jocoso mostraremos las maneras particulares que tienen los hinchas para brindar.

DISPLAY

Cuando las personas ingresen a portales oficiales de fútbol encontrarán las botellas de Águila brindando.

4. CONGELADOS:

Aplicaremos congelados en las noticias de fútbol donde entrarán dos cervezas brindando.



ETAPA 2

Promocional (Febrero-Marzo)

POSICIONAMIENTO DE LA GRAN IDEA

Lanzamiento de nuestras botellas edición especial Mundial Rusia 2018.

Estas botellas serán intervenidas desde su diseño y tendrán incrustados sonidos que se activarán en el momento del brindis según el tipo de instrumento que tengan (La Marimba, la Maraca y la Guacharaca).



Las botellas serán intervenidas en su etiqueta trasera y en su estructura donde tendrán un componente que las hará sonar diferente a cualquier otra botella.

PRESENCIA DE MEDIOS:

1. TV:

Comercial musical que muestre las botellas brindando de las formas características de los colombianos, cada sonido evocará una de las ediciones especiales del mundial.

2. Activaciones:

PDV : 'QUE TU PARTIDO SUENE'

En medio de las celebraciones de partidos de La Selección detendremos la música, la idea es que todos deben brindar en el lugar para volver a activarla.

'LA PAPAYERA ÁGUILA'

Crearemos Flashmob en lugares poco convencionales con papayeras muy colombianas que utilizarán nuestras botellas edición especial para sonar.



Ref.: Que tu partido suene.



3. EN DIGITAL:

APP:

Crearemos una App que capturará el sonido que hacen nuestras cervezas edición especial al brindar, y acumulará puntos que luego podrán ser redimidos con descuentos en cervezas Águila.

INFLUENCERS

Los influencers tendrán protagonismo en esta etapa, serán músicos y cantantes que invitaremos a participar componiendo algo con los sonidos que producen nuestras botellas edición especial e invitando a todos a brindar por el partido.



2. EXPERIENCIAL MARKETING:

1. ETAPA 3 Equity (Mayo – junio)

Partidos:

Esta etapa será decisiva en esta nueva cultura del brindis, llevaremos la experiencia de los usuarios a otro nivel con una campaña que será disruptiva para los participantes.

'EL TOUR DEL BRINDIS ÁGUILA'

Llevaremos a nuestros consumidores a un tour en nuestra 'Chiva del Brindis Mundialista', que estará presente en diferentes ciudades del país con papayeras y decoraciones muy colombianas.

Realizaremos estaciones donde los usuarios podrán brindar con cervezas Águila de forma gratuita.

¿Para participar?

Los consumidores que quieran participar en nuestro 'Tour del Brindis Águila' deberán coleccionar las tres ediciones especiales de las Cervezas Águila en botella o realizar compras superiores a \$50.000 en nuestros PDV.

¿Y qué lograremos?

Generar voz a voz llamando la atención de nuestros consumidores que viven el Mundial Rusia 2018 como un plan para celebrar.



2. NUEVOS SONIDOS:

Dependiendo del éxito de las botellas edición especial en la segunda etapa, crearemos nuevos sonidos en esta, para dar mayor kilometraje y aumentar la compra de las mismas en los PDV.

3. Redes Sociales

REAL TIME / 90 MOTIVOS PARA BRINDAR:

Invitaremos a nuestros clientes y algunos influenciadores a compartirnos videos con sus motivos para celebrar cuando estén viendo los 90 minutos que duran los partidos del Mundial.

CREA EL RITMO DEL BRINDIS CON ÁGUILA : Crearemos un concurso donde los participantes nos enviarán ritmos hechos con las botellas Edición Especial mostrándonos su manera original de brindar

4. TV

Crearemos un comercial donde mostremos que en Colombia la pasión se demuestra brindando con los nuevos sonidos de las botellas edición especial del Mundial Rusia 2018 e invitando a participar en el Tour de la Cerveza.



5. MARKETING DIGITAL

Promocionaremos el 'Tour del Brindis Mundialista' segmentando la comunicación a edades entre los 24 y 35 años, usuarios que frecuenten lugares de esparcimiento y que El Fútbol haga parte de sus intereses.

Google Display:

Medios:

Periódicos deportivos
Sitios Web de bares, restaurantes y discotecas.

Red de búsqueda:

Personas que buscan información del Mundial

6. OOH

Eucoles con sensores que se activarán al paso de las personas con el sonido de las nuevas Botellas edición especial del Mundial 2018.

¿EL RETO?

Convertir el brindis de Cerveza Águila Original en el símbolo de celebración del Mundial Rusia 2018.

Y con esto, aumentar las ventas de nuestras cervezas en el país.

LA OPORTUNIDAD

Existen momentos que nos llevan a asociar emociones con diferentes marcas. Un Alka-Seltzer nos evoca alivio o una Sprite a frescura. ¿Qué tal si logramos que cuando los consumidores vivan la celebración del fútbol piensen en brindar con Águila Original?

EL INSIGHT:

El sonido que producen dos botellas al brindar es un símbolo de celebración, donde la cerveza es la anfitriona que acompaña esos buenos momentos de nuestras vidas.

Porque donde hay un brindis con cerveza, hay un plan, amigos, reencuentros y emoción.

Donde hay un brindis, hay pasión.

Y la pasión, es fútbol.

BRINDAR CON ÁGUILA ES CELEBRAR EL MUNDIAL

CONCEPTO: "EL SONIDO DE TU PASIÓN"

ETAPA 1:

CONVOCATORIA (SEPTIEMBRE- DICIEMBRE)

ACTIVACIONES: 'ENCIENDE TU PASIÓN'

· OOH: ASCENSORES Y PUERTAS

· DIGITAL: RRSS (BRINDAR A LO COLOMBIANO)

· GOOGLE ADS: DISPLAY

· TV: CONGELADOS

ETAPA 2:

LANZAMIENTO DE BOTELLAS EDICIÓN ESPECIAL: PROMOCIONAL (FEBRERO-MARZO)

TV: COMERCIAL

· ACTIVACIONES PDV : 'QUE TU PARTIDO SUENE'

ACTIVACIONES LUGARES NO CONVENCIONALES: 'LA PAPAYERA ÁGUILA'

· APP (PROMOCIÓN Y DESCUENTOS): EL BRINDATÓMETRO

· INFLUENCERS (CARLOS VIVES, FONSECA, BOMBA ESTÉREO)

ETAPA 3:

EL MUNDIAL RUSIA 2018 EQUITY (MAYO – JUNIO)

· EXPERIENCIAL MARKETING: 'EL TOUR DEL BRINDIS ÁGUILA'

· DIGITAL: REAL TIME: 90 MOTIVOS PARA BRINDAR. CONCURSO RRSS

· TV : COMERCIAL

· GOOGLE ADS: DISPLAY

· OOH : EUCOL INTERACTIVO

¿CÓMO LO LOGRAREMOS?

Crearemos tres ediciones especiales de las botellas y latas de Cerveza Águila que serán intervenidas incrustando sonidos particulares de instrumentos colombianos que se activarán al brindar, posicionado estos sonidos como originales de la Cerveza Águila.

