



Leche

CONTEXTO

Los niños son muy torpes y se golpean a toda hora. Lastimosamente, no podemos hacer mucho para que dejen de ser torpes, pero si podemos brindarles el mejor alimento para protegerlos y que crezcan sanos y fuertes. Por eso Alpina, una marca que se preocupa por el bienestar de todos los niños, tenia que hacer algo al respecto.



OBJETIVO

Desarrollar una estrategia integrada de earned y paid media que resalte los beneficios de nuestra leche y le demuestre a todos que nuestra leche no es como las otras.

milkaidkit



Creamos un kit de primeros auxilios, cargado con mucha proteína, grasa y calcio; para proteger y fortalecer a los niños que todavía no saben que nuestra leche es la que los hace más fuertes. Es decir, para los niños que protagonizan los comerciales de nuestra competencia.



EJECUCIÓN

En el día internacional de la leche, enviamos el kit directamente a la casa de estos jóvenes y mediante influenciadores le contamos a todos lo que hicimos para llamar la atención de los medios, incluso obsequiamos Milk Aid kits a los compradores de nuestra competencia.

ESTRATEGÍA DE MEDIOS

EXPECTATIVA – OWNED MEDIA

- Generamos contenido divertido en nuestras redes de muchos niños torpes.
- Una semana antes del día mundial de la leche, utilizamos nuestras redes sociales para generar una expectativa de los kits que íbamos a enviar.

ALPINA

ESCRIBIENDO A @SEBASTRUJILLO

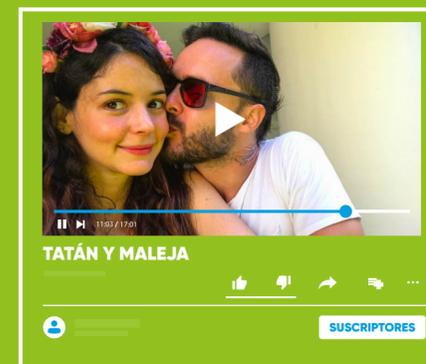
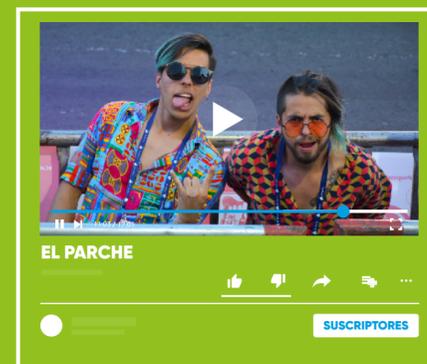
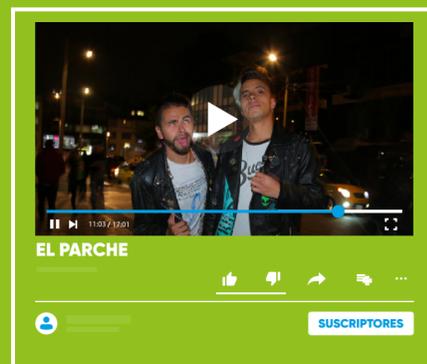


**VIMOS TU COMERCIAL Y NOTAMOS
QUE TE HACIA FALTA ALGO, POR ESO,
ENVIAMOS UN REGALO A TU CASA.
ESPÉRALO ESTE 1 DE JUNIO.**

LANZAMIENTO – PAID MEDIA

Al llegar el día mundial de la leche, contratamos **líderes de opinión** para contarle a todos sobre el envío que le habíamos hecho a estos niños y generar polémica alrededor de esta acción, resaltando los beneficios de la Leche Alpina:

Proteína – Grasa – Colonia – Calcio



LANZAMIENTO & SOSTENIMIENTO – PAID MEDIA

En **Rappi, Domicilios.com y supermercados de cadena**, obsequiamos 500 Milk Aid Kits a los compradores de la competencia, para también **comunicarles los beneficios de nuestra leche** y alimentar la conversación que detonó el día mundial de la leche.

Rappi

 **Domicilios.com**

LANZAMIENTO & SOSTENIMIENTO – OWNED MEDIA

Utilizamos nuestra página web para vender Milk Aid Kids a toda la demanda que surgió a raíz de la polémica que generó esta acción.



LANZAMIENTO & SOSTENIMIENTO – EARNED MEDIA

La acción generó que algunos periódicos y revistas publicaran artículos de lo sucedido, emisoras radiales mencionaran la historia, se generaron cientos de contenidos orgánicos apoyando la iniciativa de Alpina, e incluso **30 segundos de cubrimiento en el noticiero más importante del país.**

Mostrándole a todos que nuestra leche está por encima de las demás y que todo niño torpe debería tomarla, incluso los de nuestra competencia.

"ALPINA TROLEA A SU COMPETENCIA CON KITS DE PRIMEROS AUXILIOS"

EL TIEMPO

"LECHE ALPINA MANDA KITS DE PRIMEROS AUXILIOS A ACTORES DE LA COMPETENCIA"

EL ESPECTADOR

"ALPINA LANZA SUS MILK AID KITS Y DEMUESTRA POR QUÉ ES EL REY DE LA LECHE"

VCE

@QueAngustia
RESPONDIENDO A @ALPINA
MI HIJO TAMBIÉN ES TORPE, ¡QUIERO UNO! #MILKAIDKIT

@DiegoLopez
RESPONDIENDO A @ALPINA
¡MUY BIEN ALPINA! LECHE 50 VECES MÁS LIMPIA. #MILKAIDKIT

@LauraArch
RESPONDIENDO A @ALPINA
PERFECTO, LA PROTEÍNA QUE MI HIJO NECESITA. #MILKAIDKIT

@Copinta
RESPONDIENDO A @ALPINA
ME HABRÍA ENCANTADO TENER ESTO DE NIÑO. #MILKAIDKIT

EL TIEMPO

EL ESPECTADOR

VCE



Dinero



ALCANCE EN PAID MEDIA

140 MM
PAID MEDIA IMPRESSIONS

ROI ESTIMADO

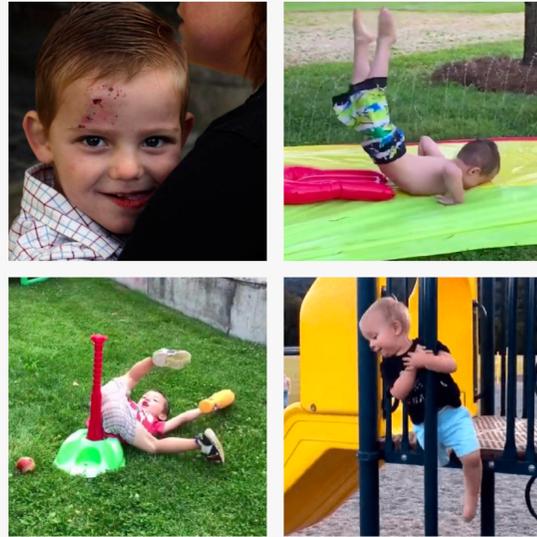
CON UNA INVERSIÓN DE
\$130.000 USD

OBTUVIMOS
+ 90 M en PR

MAYO		JULIO			
CONTENIDO DIVERTIDO NIÑOS TORPES					
SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 6
	CONTENIDO EXPECTATIVA ENVÍO				
		CONTENIDO INFLUENCIADORES			
		ENTREGA KITS SUPERMERCADOS			
			VENTA KIT PÁGINA WEB		
			EARNED MEDIA		

CONTEXTO

Los niños son muy torpes y se golpean a toda hora. Lastimosamente, no podemos hacer mucho para que dejen de ser torpes, pero si podemos brindarles el mejor alimento para protegerlos y que crezcan sanos y fuertes. Por eso Alpina, una marca que se preocupa por el bienestar de todos los niños, tenía que hacer algo al respecto.



IDEA

Creamos un kit de primeros auxilios, cargado con mucha proteína, grasa y calcio; para proteger y fortalecer a los niños que todavía no saben que nuestra leche es la que los hace más fuertes. Es decir, para los niños que protagonizan los comerciales de nuestra competencia.



milk aid kit

Alpina Leche



PR

En el día internacional de la leche, enviamos el kit directamente a la casa de estos jóvenes y mediante influenciadores, le contamos a todos lo que hicimos para llamar la atención de los medios, incluso obsequiamos Milk Aid kits a los compradores de nuestra competencia.



"ALPINA TROLEA A SU COMPETENCIA CON KITS DE PRIMEROS AUXILIOS"

EL TIEMPO

"LECHE ALPINA MANDA KITS DE PRIMEROS AUXILIOS A ACTORES DE LA COMPETENCIA"

EL ESPECTADOR

"ALPINA LANZA SUS MILK AID KITS Y DEMUESTRA POR QUÉ ES EL REY DE LA LECHE"

