

defensis

SHOES



Siete de cada 10 personas quieren más productos saludables según estudio Nielsen

lunes, 22 de octubre de 2018

GUARDAR



Consumidores dejarían de comprar productos favoritos no sostenibles

Los consumidores preocupados por el entorno

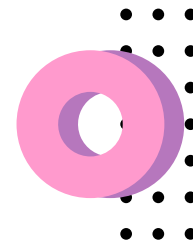
El 57% de los consumidores elegiría marcas sostenibles aunque sean más caras

Adidas anuncia tenis hechos de plástico reciclado de los océanos

Investigación

El mundo cada vez avanza más rumbo a esta nueva tendencia de compra con productos saludables, sanos y beneficiosos para el medio ambiente. Las marcas están encontrando oportunidades de negocio para fidelizar la audiencia . Y si nuestro público son las mamás, hablemosles en un lenguaje conocido, sobre su preocupación número 1: andar descalzo.

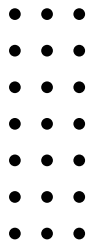
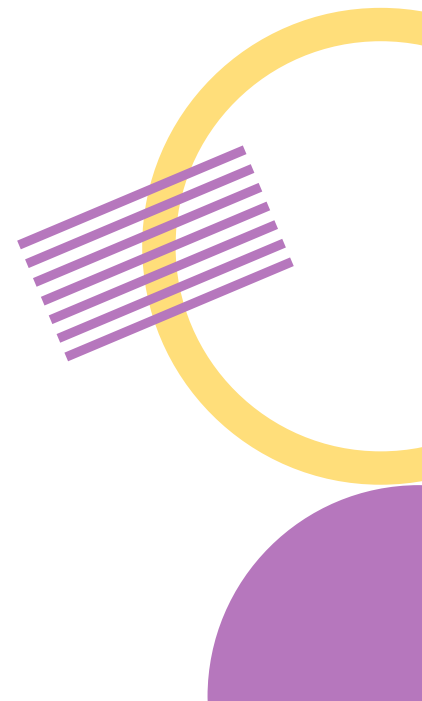
Racional



Todos los días estamos rodeados de virus que nos pueden enfermar si tenemos nuestras defensas bajas y solo hay una persona en el mundo que nos protege tanto como Yox con Defensis, es nuestra mamá.

Entendimos que los Defensis para ellas son esas frases con las que nos protegen en el día a día. ¿Qué tal si nos apropiamos de esas frases y las convertimos en mensajes de marca por medio de una alianza?

“En esta casa sea hace lo que Yox diga”





defensis
SHOES

"En esta casa se hace lo que YOX diga"

Defensis shoes

Aprovechando nuestro insight y junto a las mamás de Colombia creamos unas zapatillas para que las mamás sientan que sus hijos siempre están en protegidos. Además, estos zapatos tendrán una particularidad: serán hechos con envases reciclables de Yox, porque nuestro compromiso es con los clientes y el medio ambiente.



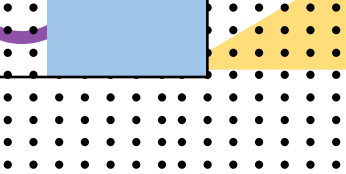
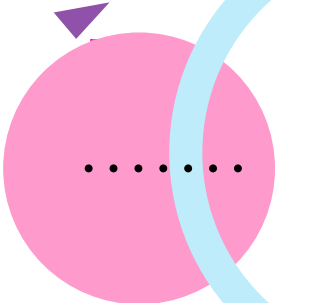
Estrategia de medios



Cronograma



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Lanzamiento Defensis shoes	[Pink bar]											
RR.SS	[Yellow bar]											
OOHH	[White]							[Light blue bar]				
ATL	[Light orange bar]							[White]				
Medios tradicionales	[Pink bar]		[White]			[Pink bar]		[White]			[Pink bar]	
Digital	[White]			[Purple bar]								
Activación	[White]				[Light blue bar]		[White]			[Light blue bar]		



Implementación de canales



Digital My Coach

Por medio de la aplicación My Coach de adidas, enviaremos notificaciones a las personas con frases y consejos que daría una mamá para proteger con defensis.

Activaciones

“No es correr con suerte, es tomar Yox”

Yox se convertirá en el primer patrocinador en Colombia de Run for the Oceans de Adidas, siendo el aliado estratégico para crear carreras de 10K y 20K, asociando el deporte y Yox con el aumento de "Defensis"

Además en los puntos de ventas de Adidas y Yox se tendrán puntos de acopio para los empaques de Yox

OOHH
Paraderos y vallas

Se colocarán advertencias de mamá asociadas con el consumo de Yox
"Eso le pasa por andar descalzo y no tomarse su Yox todos los días"

RRSS
FB - IG - TikTok

Con anuncios segmentados demográficamente podremos dar mensajes personalizados a cada región dependiendo del clima o algún evento especial.

“Prepárate para el festival con unos zapatos cómodos y tomando Yox todos los días”

01

Problema:
Las personas en Colombia no previenen enfermarse y Yox ofrece una solución efectiva para aumentar defensas.

03

Idea:
Convertirnos en aliados de las mamás colombianas para prevenir los virus de pies a cabeza.

Estrategia:

Las zapatillas serán nuestro medio para comunicar que protegiéndote todos los días los pies y tomando Yox diariamente puedes tener defensas contra los virus. Vinculando a Yox como una marca que está comprometida con el medio ambiente, creando un vínculo que genere fidelidad a la marca.

05

- ⊕ Social media
- ⊕ OOH
- ⊕ ATL

02

Insight:
Las mamás creen que todo entra por los pies y todo nos pasa por andar descalzos.

Ejecución:

En alianza con adidas se crearán unas zapatillas de edición especial con las botellas de Yox.

04

ESTRATEGIA DE MEDIOS

- ⊕ DIGITAL
- ⊕ MEDIOS TRADICIONALES
- ⊕ ACTIVACIONES

