



F L A S H  
DETECTOR TEST

By **YOX**



# INSIGHT

Los Millennials son la generación de las fotos\*,  
cuidan su apariencia, pero no su salud\*

1. <https://time.com/5577325/millennials-less-healthy/>
2. <https://www.newyorker.com/video/watch/selfies-millennials-and-narcissism>

# RETO

¿Cómo les contamos que para verse bien necesitan tener su defensas altas?

# HALLAZGO

Un sistema inmune débil puede causar enfermedades que afectan la sensibilidad a la luz en los ojos.

1. <https://www.sciencedaily.com/releases/2018/08/180816090434.htm>

# IDEA

Convertiremos a las fotos con flash en el medio para contarles a los Millennials que tienen las defensas bajas.

**1.**

**Usando Inteligencia Artificial de google** identificaremos a las personas que cerraron sus ojos cuando les tomaron una foto con flash.

**2.**

**Realizaremos una intervención en tiempo real** de las fotos contándoles que cerraron los ojos por tener las defensas bajas.

**3.**

**Los invitaremos a subir las defensas** y a salir bien en las fotos al tomar Yox con defensis.

# ESTRATEGIA

## Comportamiento de la audiencia:

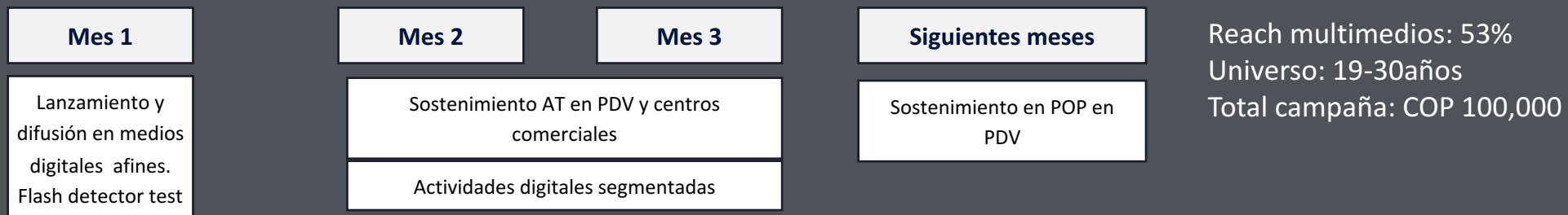
- Destinan el 23\* de sus ingresos en alimentación \*1
- Pasan más de 7 horas en su celular \*2
- 88% consume redes sociales\*2

## Medios: PPT TOTAL \$COP 1,000

- Digital redes sociales: 35%
- Programática y display :20%
- Digital influencers: 15%
- ATL Secciones patrocinadas: 20%
- OOH: 10%

# ESTRATEGIA

## Flow concept - cronograma



# ESTRATEGIA – IMPLEMENTACIÓN

## MASIVO

Lanzamiento Flash test detector  
Escaneo de redes y envío de primer mensaje

ATL: Secciones patrocinadas en programas de tv donde haremos el test en vivo con los presentadores.

Activaciones: photoboot en centros comerciales para el público en general

POP en PDV

---

## SEGMENTADO

Programatica y display:  
Personas con búsquedas relacionadas sobre abrir los ojos en las fotos.

Redes sociales:  
Buscaremos al amigo que siempre cierra los ojos en las fotos.

Influenciadores:  
Acciones con influenciadores de nicho para segmentar audiencias específicas.

---

## INTERACCIÓN

Buscamos al amigo que siempre cierra los ojos.





## ESTRATEGIA – RESULTADOS

Incrementamos el consumo de los productos en Millennials a través de una las redes sociales y una situación cotidiana como lo es tomarse una foto y salir mal.



## ESTRATEGIA

Usar las fotos donde las personas aparezcan con los ojos cerrados para informar sobre las defensas bajas.

---

## ROL

Informar sobre uno de los síntomas.

---

## OBJETIVO

Incrementar el consumo mediante un medio cotidiano, como son las redes sociales.



## INSIGHT

Los Millennials son la generación de las fotos, **cuidan su apariencia, pero no su salud.**



## IDEA

**Convertiremos a las fotos con flash en el medio** para contarles a los Millennials que tienen las defensas bajas.

## MEDIOS



**REDES SOCIALES OOH  
POP PDV PROGRAMÁTICA  
INFLUENCERS DISPLAY**

F L A S H  
**DETECTOR TEST**  
By **VOX**

## HALLAZGO

Un sistema inmune débil puede causar enfermedades que **afectan la sensibilidad a la luz en los ojos.**

## EJECUCIÓN

Por medio de inteligencia artificial detectaremos en tiempo real las fotos donde las personas salen con los ojos cerrados y les enviaremos un mensaje contándoles que no es que no sepan posar en las fotos, es que tal vez tengan las defensas bajas.