

reto

Cambiar en la gente
el hábito de comprar licor
sin cédula.

A18
ALIANZA MÁS DIECIOCHO

objetivo

Que se vuelva
costumbre
que la única forma
de comprar  licor
sea mostrando
la cédula.



En Colombia nos terminamos acostumbramos a cualquier cambio.

- Hoy nos habituamos a sacar el carro solo **3 veces** entre semana.
- Nos habituamos a respaldar **nuestras compras con tarjeta de crédito** mostrando la cédula.
- **Nos habituamos a seguir pagando** el 4 x 1000.

Los hábitos se adquieren con más de 66 días*.

* Según una investigación del University College of London, una acción se convierte en un hábito cuando se realiza por 66 días seguidos. <http://blogs.ucl.ac.uk/hbrc/2012/06/29/busting-the-21-days-habit-formation-myth/>

estrategia

Vamos a generar un movimiento
voluntario.

No realizaremos una campaña
publicitaria ni hablaremos como
marca desde un contexto comercial.

Haremos que el mensaje sea

 de la gente

hacia la gente 

el concepto

compro

licor

con  cedula ⁺¹⁸

¿Cómo?

Crearemos un movimiento donde las personas muestren voluntariamente su cédula para aportar a una causa, por eso vamos a sembrar una semilla pidiéndole a la gente motivos para mostrar su cédula al comprar licor.

Comenzará en redes sociales, donde sembraremos personas del común, que empiecen a difundir el mensaje:

**Muestro
mi cédula,
porque....**

“no apoyo la venta de alcohol a menores de edad”.
“no quiero que a mi hijo le vendan alcohol”.
“es el único método válido para demostrar que soy mayor de edad”.

Esto permitirá que otras personas se unan a la causa y empiecen de manera orgánica a ser parte de ella.

APP/MINISITE

Aplicación mobile que la gente podrá descargar para tomar fotos donde apruebe o desapruebe a las personas que compran con y sin cédula que encuentren en las tiendas o en los supermercados.



Estas fotos las pueden subir a un mini site que tendremos, el cual funcionará como un aglomerador de información y contenido que la gente genere apoyando la causa, al mismo tiempo desde el mini site , se podrá compartir en Facebook y Twitter con el hashtag #licorconcedula y youtube.

Un **NUEVO** medio digital:

Usar por primera vez
la pantalla de las cajas registradoras
como medio de comunicación.

El código de barras de cualquier producto alcohólico, será programado para que al momento en que se registre la compra, aparezca un mensaje en la pantalla de frente al comprador.

Muestre su cédula...

Para poder continuar, el
cajero debe digitar el
numero de cédula en la
registradora, para
terminar la transacción.



**No
desperdiciar
en volantes,**

**Cortinillas
en
Televisión:**

Radio:

usemos las **etiquetas** del producto para comunicar:

Durante un mes, se le podrá a los licores un collarín que diga: **Cómprame con cédula.** Este contará con un QR code para redireccionar al mini site donde la gente encontrará un video de introducción de la campaña.

contaremos con unas cortinillas de 15 sgds, realizadas tipo documental con un look de cámara go pro, donde las personas digan: "muestro mi cédula por que.." evidenciando las diferentes razones por las cuales la gente debe compara licor con cédula.

Teniendo en cuenta que no toda la población se encuentra en redes sociales decidimos realizar cuñas tácticas que generen un mayor alcance de nuestro mensaje.



resumen

Reto:

Cambiar en la gente el hábito de comprar licor sin cédula a

Objetivo:

Que se vuelva costumbre que la única forma de comprar licor sea mostrando la cédula.

Insight:

En Colombia nos acostumbramos rápidamente a cualquier cambio. Los hábitos se adquieren con mas de 66 días. pd1: Estudios demuestran que una acción se convierte en un hábito cuando se realiza por 66 días seguidos.

compro
licor
con cédula



PROBLEMA/MOVIMIENTO VOLUNTARIO/ENGAGEMENT/HÁBITO