



EMPTY FRIDAY



CONTEXTO

Durante años Alpina ha estado comprometido con el bienestar, salud y nutrición de los colombianos. Sin embargo, a pesar del gran número de donaciones al año, es posible que sus acciones pasen desapercibidas en un mar de noticias.

¿CÓMO HACEMOS PARA QUE TODAS LAS PERSONAS HABLEN DE LA DONACIÓN DE ALPINA Y SE CONVIERTA EN UNA ACCIÓN Y NOTICIA RELEVANTE?



La empresa Nestlé aumentó sus donaciones a bancos de alimentos un 30% en 2020





PUNTO DE INSPIRACIÓN

Black Friday se caracteriza por los grandes descuentos que ofrecen las marcas con el objetivo de incrementar sus ventas. Es una temporada de alto consumo, egoísta, donde las personas piensan en conseguir el mejor *deal* del día.

Por eso Alpina quiso tomar una postura en este día, no para vender, sino para recordarle a las personas lo importante que es ayudar y pensar en el otro.

Semana.com

Ofertas del Black Friday: ¿Peñas en rebajas? Los incidentes del Black Friday son otro nivel de violencia

Los incidentes del Black Friday son otro nivel de violencia. Gangas irresistibles durante un tiempo limitado y con un stock que no suele durar ...

25/11/2014



The Irish Times

Black Friday 'represents the worst of human nature' says Waterford retailer

Black Friday 'represents the worst of human nature' says Waterford retailer. Other small business people says discount day which originated in ...

27 nov. 2020



BLACK FRIDAY JUAN VALDEZ

LLEGA

BLACK FRIDAY JUAN VALDEZ

Para que te adelantes con los regalos de NAVIDAD.

Juan Valdez gourmet selection

NARIÑO

COCAHUELAS



PRESENTAMOS:

#EMPTYFRIDAY

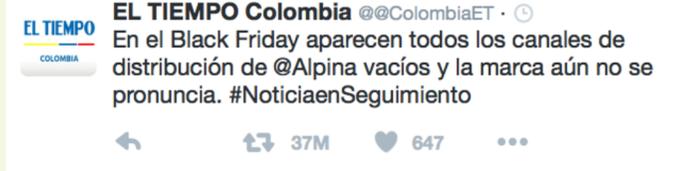




LA IDEA EXPECTATIVA

En el día más egoísta del año, generamos una gran expectativa: los productos de la marca desaparecieron de las góndolas de Alpina Market, Alpina Deli, La Cabaña y AlpinaGo.com, así como de las grandes superficies.

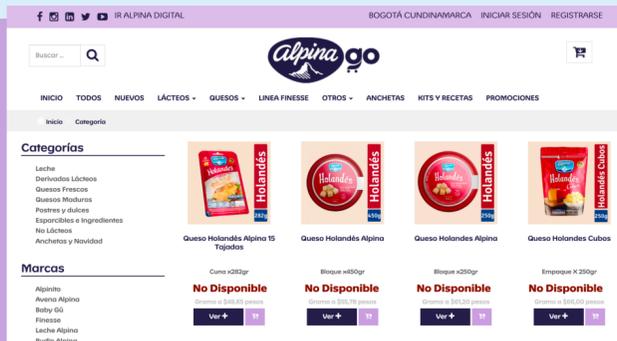
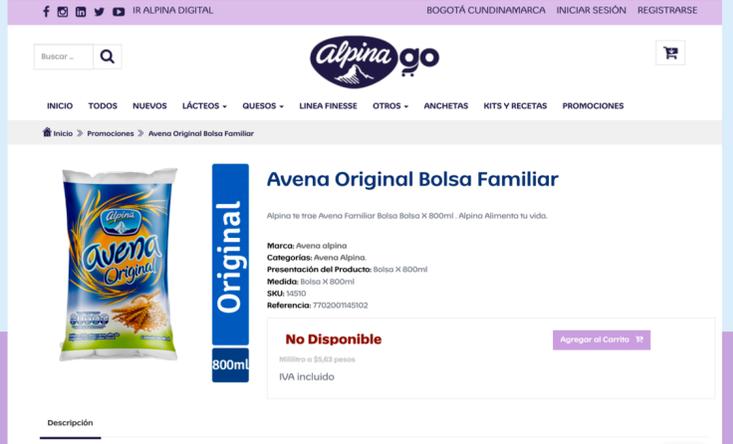
EXPECTATIVA





LA IDEA LANZAMIENTO

A medio día develamos la verdad, vaciamos nuestras góndolas para llenarlas con mensajes y códigos QR que invitaban a la gente a ver las grandiosas historias de las personas que recibieron uno de los 2.5 millones de productos que llenaban los canales. Así el compromiso de Alpina comenzó a estar en boca de todos los medios e influenciadores.



TOUCHPOINTS

OWNED MEDIA



Punto de venta + e-commerce

Mostramos los 2.5MM de productos desaparecidos y cómo fueron entregados a la población vulnerable.



QR codes

Por medio de los códigos QR le mostramos a todo el país a quiénes les habíamos donado nuestros productos y las historias transformadoras que habían detrás de cada uno de ellos.



Social Media Feed Posts

Contar las historias de las personas que recibieron nuestros productos y amplificar User/Influencer Generated Content.



Comunicado desde Alpina

Contar a Colombia el compromiso por lograr un país sin hambre e invitar a más marcas a unirse a #EmptyFriday.

EARNED MEDIA



Noticias, medios de comunicación y rueda de prensa.

Amplificación de los 2,5MM de productos Alpina desaparecidos y su entrega a población vulnerable.

PAID MEDIA



Influencers y periodistas

Amplificación de los 2,5MM de productos Alpina desaparecidos.



RESULTADOS

Nestlé, Nutresa, Coca Cola, Pepsi Co y Ramo se comprometieron a participar en el próximo #EmptyFriday

- #EmptyFriday fue trending topic en Colombia por encima del #BlackFriday.
- Conseguimos \$1 Millón de dólares en free press.
- 5mil códigos fueron escaneados.
- Tuvimos un incremento del 11,5% en awareness.
- Después de esto aumentamos las ventas un 6%.



Mostrando así que, el viernes más importante del año, no fue para vender, sino para ayudar a lograr un país sin hambre.



"En el Black Friday amanecen todos los canales de Alpina vacíos para dar relevancia a sus donaciones".



"Alpina entra al Black Friday para donar 2.5 MM de productos de alto valor nutricional".

ELESPECTADOR.COM

"Alpina logra darle un nuevo significado al Black Friday, invitando a las marcas a donar".



"Increíble estrategia de Alpina en el Black Friday, vaciando todos sus canales para llenar de productos a las poblaciones vulnerables".



CONTEXTO

Black Friday, una fecha que se caracteriza por los grandes descuentos que hacen las marcas para aumentar sus ventas. Una temporada egoísta, donde las personas solo piensan en ellas y en conseguir el mejor deal del momento. Por eso, este día Alpina tomó una postura y no para vender, sino para recordarle a las personas lo importante que es ayudar y pensar en el otro.

IDEA

En el día más egoísta del año, generamos una gran expectativa: los productos de la marca desaparecieron de las góndolas de **Alpina Market, Alpina Deli, La Cabaña y AlpinaGo.com**, así como de las grandes superficies.

A medio día develamos la verdad, vaciamos nuestras góndolas para llenarlas de mensajes y códigos QR que invitaban a la gente a ver las grandiosas historias de las personas que recibieron uno de los **2.5 millones de productos** que llenaban los canales, de esta forma todo el mundo habló de nuestro compromiso, demostrando que para la marca el viernes más importante del año no era para vender, si no para ayudar a lograr un país sin hambre.



PRESENTA:

EMPTY FRIDAY

RESULTADOS

#EmptyFriday fue trending topic en Colombia por encima del **#BlackFriday**

Conseguimos **\$1 Millón** de dólares en free press.

5 mil códigos escaneados.

Un incremento del **11,5%** en awareness.

Después de esto las ventas de productos Alpina **aumentaron un 6%**.

Y logramos que Nestlé, Nutresa, Coca Cola, Pepsi Co y Ramo quisieran unirse a este movimiento.



COMERCIOS ALIADOS:

