

YLPR-001042

Carlos Mejía
Manuel Rojas



YOUNG LIONS
COMPETITIONS

PROBLEMA

Las noticias acerca de las donaciones por parte de empresas cada vez pasan más desapercibidas debido al escepticismo de las personas.

OBJETIVO

Dar a conocer el destino de los 2'500.000 de productos que vamos a donar.

IDEA:

Haremos evidente que donaremos 2,5 millones de productos a través de la Integrareción de un parche con tecnología de geolocalización que pegaremos en los productos que donaremos.



THE TRACKING PATCH

by 

EJECUCIÓN

Lanzaremos “The Tracking Patch” el 16 de octubre, Día de la alimentación, invitando a miles de personas a que vean y descubran el recorrido que hacen nuestras donaciones por el país.

Amplificaremos nuestra acción enviándole correo directos a influencers y llevaremos nuestros parches a las grandes superficies donde las personas podrán obtenerlos para hacer sus donaciones.

MEDIOS:

Social
Media



Facebook
Instagram
Twitter

Own
Media



Página Web

Direct



Correo Directo

BRAND PARTNERSHIP:

En la última etapa de la iniciativa, llevaremos nuestros parches a los grandes almacenes de cadena del país, para hacer que las personas se sumen y así, el número de donaciones aumente.



RESULTADOS ESPERADOS:

- Llegar a ser trending topic orgánico #1 en Colombia
- 500m en earn media
- Incremento del 50% del sentimiento positivo en redes.
- 70m de impresiones orgánicas.
- 3'000.000 de productos donados.




THE TRACKING PATCH

by 

Trending Topic **#1 Colombia**

180M de impresiones orgánicas

+82% sentimiento positivo

8 millones productos donados

CONTEXTO

En Colombia las noticias sobre donaciones pasan desapercibidas debido a la falta de credibilidad por parte de las personas.

IDEA:

Haremos evidente que donaremos 2,5 millones de productos a través de la integración de un parche con tecnología de geolocalización que pegaremos en los productos que donaremos.

EJECUCIÓN

Lanzaremos "The Tracking Patch" el 16 de octubre, Día Mundial de la Alimentación, invitando a miles de personas a que vean y descubran el recorrido que hacen nuestras donaciones por el país.

Amplificaremos nuestra acción enviándole correo directo a influencers y llevaremos nuestros parches a las grandes superficies donde las personas podrán obtenerlos para hacer sus donaciones.

