

Pasillo

_VACIO

By:  Alpina

Situación

El día que los pasillos donde se encuentran los productos Alpina estuvieron vacíos y nadie sabía **porque.**



Objetivo



Contar que estos productos fueron parte de los 2.5 millones donados para cumplir la meta del compromiso de Alpina.

Hambre



2,7 millones de colombianos sufren de hambre crónica

Según el Programa Mundial de Alimentos, más de **10 millones** de habitantes en el país tienen un consumo insuficiente de alimentos.

Fuente: (2020)

<https://www.infobae.com/america/colombia/2020/10/15/27-millones-de-colombianos-sufren-de-hambre-cronica/>

idea



Vaciaremos los pasillos
de los supermercados
más grandes del país,

para contar que los productos Alpiña
fueron entregados a familias en situación
vulnerable como parte del compromiso
de la marca.

Ejecución

Momento 1

Vaciar por **2 días** las góndolas de supermercados y generar conversación alrededor de la duda.

Comunicar a través de líderes de opinión el hecho de las góndolas vacías.



Ejecución

Momento 2

Cuando ya todos estén hablando de los pasillos vacíos, sacar comunicados oficiales (redes propias, blogs, periódicos, noticieros)

“El día que Alpina vació pasillos para donar sus productos”.

Amplificación de la noticia.

presupuesto. esto

Momento 1

40%

Logística en tiendas
y supermercados

10%

Pauta digital

10%

Influenciadores
y líderes de opinión

Momento 2

10%

Pauta digital

15%

Radio y prensa

15%

Influenciadores
y líderes de opinión

RESULTADOS

Alcance en
redes sociales:
20 MM

1.258
menciones

¡Casi el doble
de impresiones
en relación
al alcance!

#PasilloVacío
fue TT durante 2 días

Costo por
alcance:
\$33

Fuimos la marca
más nombrada
en redes sociales

Ramo se unió a la iniciativa
y **superamos** la meta
de donaciones



Pasillo _VACIO

Situación:

El día que los pasillos estuvieron vacíos y nadie sabía porque.

Objetivo:

Contar que 2.5 millones de productos Alpina fueron donados para cumplir el compromiso de la marca.

Idea:

Vaciaremos los pasillos de los supermercados más grandes del país, para contar que los productos Alpina fueron entregados a familias en situación vulnerable como parte del compromiso de la marca.



By: 



Ejecución:

Momento 1: Vaciar por 2 días las góndolas de supermercados y generar conversación alrededor de la duda. Comunicar a través líderes de opinión este hecho.



Momento 2: Cuando todos hablen de los pasillos vacíos, compartir comunicados oficiales y amplificarlos

"El día de Alpina vació pasillos para donar sus productos"



Resultados:

+ 20 MM
Alcance en redes sociales

#PasilloVacío
fue TT durante 2 días

redes sociales
Fuimos la marca más nombrada

Ramo se unió a la iniciativa y superamos la meta de donaciones

¡Casi el doble de impresiones en relación al alcance!