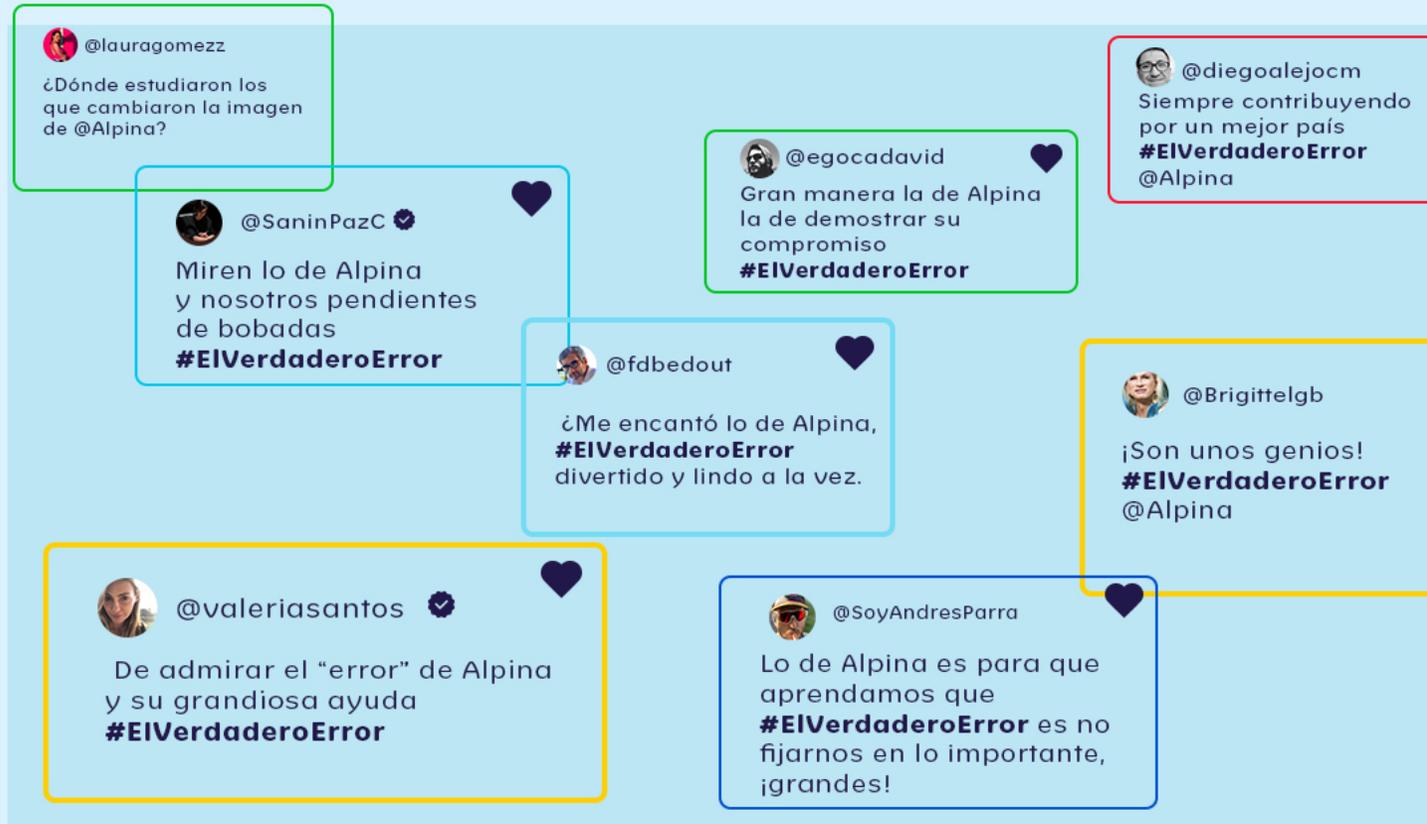


 LIONS | YOUNG LIONS
COMPETITIONS

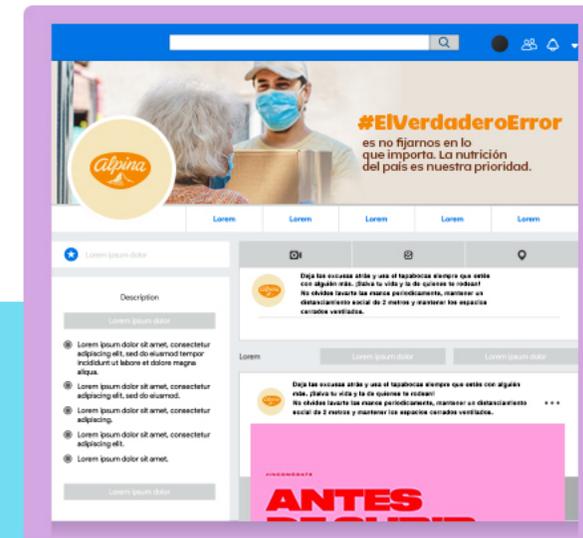


Propuesta de canales

Las redes sociales fueron el espacio para dar paso a la opinión y reproducción del voz a voz de nuestra acción.

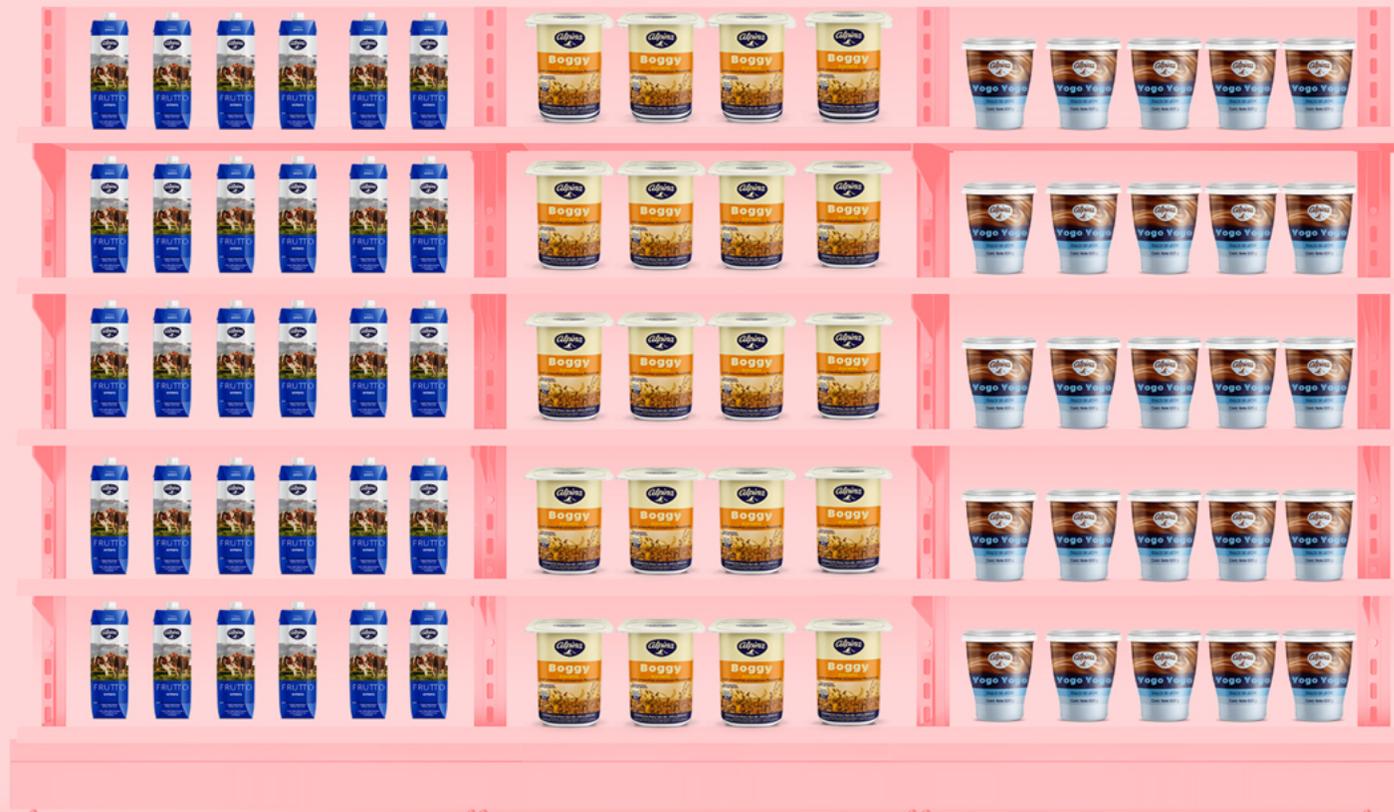


Las redes sociales fueron el espacio para dar paso a la opinión y reproducción del voz a voz de nuestra acción.



Social Media - Instagram

Los puntos de venta fueron el primer espacio en el que fue lanzada nuestra acción, generando impacto entre los compradores.



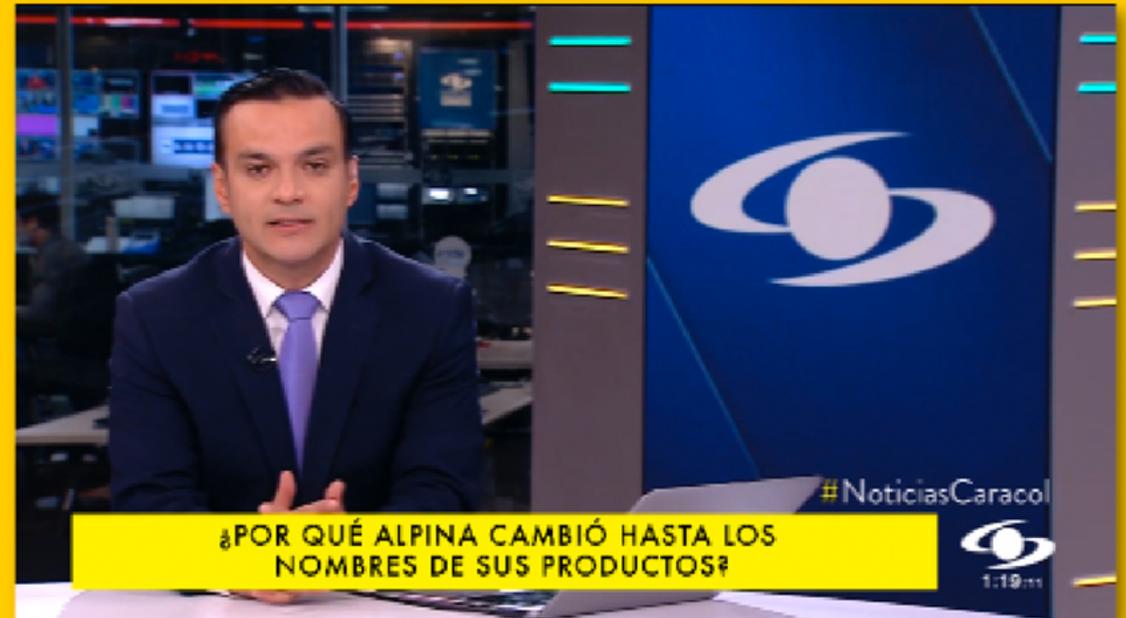
Relación con otros medios - punto de venta

Uno de los pocos medios pagos que tuvimos activos para dar el impacto más grande con nuestra acción y el gran mensaje final.



Relación con otros medios - Valla

Gracias al voz a voz en redes sociales, diferentes noticieros de la televisión colombiana hicieron eco de nuestra acción.



Relación con otros medios - TV

Uno de los medios másivos en el que nuestro gran mensaje estuvo presente para que todos los colombianos supieran cual era **#ElVerdaderoError**.



#ElVerdaderoError
es dejar de soñar.
En Alpina soñamos con un
país sin hambre.

Relación con otros medios - prensa



\$200MM

free press

300MM

de
impresiones

+10%

En el sentimiento
positivo de la marca

Audiencia

Problema:

Alpina cada año realiza una donación de 2.5 millones de productos para combatir la desnutrición en el país, pero nadie lo sabe, nadie habla de este grave problema ni de nuestra ayuda porque la gente prefiere las noticias absurdas y los errores de famosos o marcas.

Idea:

Llevamos a diferentes almacenes de cadena nuestros productos con un "pequeño" error en los empaques y publicamos una valla promocionándolos. Así, tuvimos la atención de las personas para luego cambiar el mensaje. Demostrándoles que el **#ElVerdaderoError** es, no fijarse en los problemas que afectan al país. Y lo más importante, **todos se dieron cuenta del compromiso de Alpina con la nutrición.**



"Alpina usó un "error" para enseñarnos algo".



"Un error que **valió la pena**".



"Un error que nos concientiza sobre la alimentación".



\$200MM

free press

300MM

de impresiones

+10%

En el sentimiento positivo de la marca

Portafolio



Semana



EL HERALDO



EL TIEMPO

EL ESPECTADOR