

CONTEXTO

Después de clasificar a 2 mundiales seguidos, los colombianos y colombianas están lidiando con la decepción de no poder ver a la Selección Colombiana de Fútbol en Qatar 2022, motivo que aleja a muchos de querer disfrutar la cita mundialista.



IDEA:

Convertir el VAR en un BAR que le regala una cerveza a los colombianos cada vez que se valida un gol sin importar el equipo que lo haga, esto con el fin de motivarlos a celebrar el fútbol más allá de los equipos que están compitiendo.



THE

OPEN WAR



by *Budweiser*

ESTRATEGIA

SOCIAL MEDIA:

Generar un golpe de opinión a través de un anuncio impactante previo al mundial (cerveza gratis).

MULTICANAL DE VENTAS:

Capacitación, entrega de insumos e intervención de aplicaciones digitales para poder realizar la entrega de las cervezas.

TV:

Intervención de la marca en los partidos en vivo del Mundial (logo de BUD cuando se abre el VAR para revisar jugadas de gol)

RRSS:

Una vez lanzada la campaña se hizo sostenimiento a la campaña con contenidos en redes Sociales de BUD para reforzar el mensaje.

RESULTADOS

+17M USD FREE PRESS

**+1.2M DE PERSONAS ALCANZADAS
EN RRSS**

7.3M DE PERSONAS ALCANZADAS

AUMENTO DE PREFERENCIA DEL 37%

**1.3M DE BUDS ENTREGADAS SOLO
EN FASE DE GRUPOS**

GRACIAS