



**BRIEF YOUNG LIONS PR**

**2022**

Después de unas eliminatorias muy reñidas  
**Colombia queda fuera  
del Mundial de Qatar.**

Parecía tener una oportunidad pero, los números  
le jugaron en su contra a la tricolor.

---

---

**Si, la Sele se quedó afuera de la cita mundialista.  
El ambiente era pesimista y triste, ya que los  
colombianos se sintieron “huérfanos” de equipo,  
y a pesar de tener favoritismos en su apoyo, no sentían  
que tuvieran razón por la cual ponerse una camiseta  
y celebrar la fiesta del fútbol mundial.**

# PRESENTAMOS:



**El primer equipo de hinchas para hinchas, que celebran la fiesta mundial del fútbol sin miedo a ser eliminados.**

**Nuestro público objetivo fueron jóvenes (hombres y mujeres) entre 18 y 30 años, apasionados por la fiesta, el fútbol y las nuevas experiencias. Los medios utilizados en el lanzamiento fueron las redes sociales y web propia, publicidad exterior.**

**Y el 18 de noviembre, comenzó todo...**



### **APELAMOS AL SENTIMIENTO:**

Mostramos la importancia que tienen los hinchas en la fiesta del fútbol, y cómo un equipo puede volverse fan de esa hinchada ferviente, poniéndonos en boca de los mismos.



### **USAMOS RECURSOS DEL FÚTBOL:**

Zanahorias como la camiseta oficial que da descuentos y premios, y ganar un cupo para ir a Qatar a vivir la experiencia BUD nos posicionó en el terreno de este deporte tan amado por los colombianos, gracias al free press.



### **BRINDAMOS ALEGRÍA EN MEDIO DE LA AUSENCIA DE COLOMBIA:**

Le dimos la vuelta al sentimiento negativo, recordando que no teníamos por qué preocuparnos al no estar, y que por el contrario, la fiesta no tenía que parar.

# LA PREVIA

**El viernes anterior al primer partido del Mundial (18 de nov.), hicimos el lanzamiento oficial del equipo en redes sociales, nuestra web y publicidad exterior.**

**Durante el fin de semana previo al primer partido, lanzamos la camiseta oficial, la cual se adquirió comprando Budweiser® en nuestros comercios aliados (Éxito, Carulla, Rappi, OXXO). El packaging recordó los beneficios por tener la camiseta puesta en los puntos de activación de la ciudad.**



# EN EL MUNDIAL

Durante los partidos, entregamos descuentos virtuales por usar la camiseta en redes con el #, descuentos en los bares y puntos para ver los partidos al aire libre por llevar la prenda puesta.

También se hizo alianza con radio y televisión para tener publicidad dentro de los partidos, jugando con el concepto **“EL MUNDIAL ES DE LOS HINCHAS, POR ESO BUDWEISER® F.C. ENTREGA LAS MEJORES EXPERIENCIAS A LOS FANS DEL FÚTBOL INTERNACIONAL SIN MIEDO A SER ELIMINADOS”**

*Budweiser*

# Y LA FIESTA VIVIÓ TODO EL CAMPEONATO

A lo largo de la campaña, influenciadores pagos también impulsaron los # de campaña y la camiseta como prenda mundialista.

También se impulsaron contenidos en redes y publicidad exterior que recordaban la grandeza de los hinchas y los premios que BUD tenía para ellos.

Nuestra web vistió los colores de este nuevo equipo fan de los hinchas, informando sobre las activaciones en las principales ciudades del país, porque la fiesta no puede parar.

La idea puede vivió a lo largo del Mundial, pues bajo el concepto **“CELEBRAR SIN MIEDO A SER ELIMINADOS”** y **“FANS DE LA HINCHADA”** nuestro target disfrutó de inicio a fin, hasta conocer el campeón de Qatar 2022.

A su vez, la campaña tiene potencial para ser escalable en otros campeonatos internacionales, y así confirmar a BUD como una marca fan del fútbol y sus hinchas. A su vez, la camiseta es una zanahoria al ser una prenda “neutra” y llamativa, que pondrá nuestra marca en el top of mind del público futbolero.



Budweiser nos recordó la grandeza del fútbol: sus hinchas **VICE**

Conozca el equipo que vamos a apoyar todos los colombianos: Budweiser F.C. **Antena 2**

Budweiser trajo la alegría del Mundial a Colombia ¡sin clasificar! **MARCA Claro**

## UN EQUIPO DE HINCHAS, PARA HINCHAS COLOMBIANOS.

### CONTEXTO

El Mundial de Qatar 2022 no iba a ser lo mismo para los colombianos: a la Selección no le alcanzó para clasificar al campeonato.

### INSIGHT

Colombia es un país apasionado por el fútbol; pero en esta Copa Mundo, los colombianos no tenían selección por la cual ponerse la camiseta y celebrar.

### IDEA

Lanzamos **BUDWEISER F.C.**, el primer equipo de hinchas para hinchas, que celebran la fiesta mundial del fútbol sin miedo a ser eliminados.

### EJECUCIÓN

El viernes anterior al primer partido del Mundial, hicimos el lanzamiento oficial del equipo en redes sociales, nuestra web y publicidad exterior; lo mejor, todos accedieron a la camiseta oficial comprando Budweiser en nuestros comercios aliados.

Por llevar puesta la prenda durante los partidos, los colombianos accedieron a descuentos, mucha cerveza y pases VIP para disfrutar todos los encuentros en zonas estratégicas BUD de las principales ciudades.

### LO MEJOR

La camiseta también fue la entrada a fiestas y activaciones de la marca, porque los hinchas del fútbol también son hinchas de la celebración.

**+50M**  
EN FREE PRESS

**+120M**  
EN EARNED MEDIA

**+10M**  
DE IMPRESIONES  
INFLUENCERS ORGÁNICOS

**+150k**  
SEGUIDORES EN REDES  
SOCIALES

**{ CIENTOS DE MILES DE HINCHAS DISFRUTANDO  
EL MUNDIAL QATAR 2022 CON BUDWEISER }**

City<sup>tv</sup>

VICE

RCN  
CANAL RCN

W

W  
RADIO

as

EL TIEMPO

ANTENA 2+

MARCA Claro