

**LA ELIMINACIÓN  
DE COLOMBIA  
NOS APAGÓ LA FIESTA  
A LOS COLOMBIANOS.  
PERO COLOMBIANOS,  
COLOMBIANOS...  
NO SOMOS.**





**PORQUE COLOMBIA ES UN PAÍS**

*mestizo*

*Budweiser*

PARA DEVOLVERNOS LA FIESTA PRESENTAMOS:

# AMBUDSSADORS



UNA IDEA CON LA QUE  
MOSTRAMOS A LOS COLOMBIANOS  
QUE NO SOLO SON **COLOMBIANOS.**  
SINO QUE TIENEN UN POCO DE  
**FRANCESES, BRASILEÑOS,**  
**CAMERUNESSES** Y DEMÁS.  
ASÍ, TIENEN OTRA NACIONALIDAD  
PARA FESTEJAR ESTE MUNDIAL.



# ¿CÓMO?

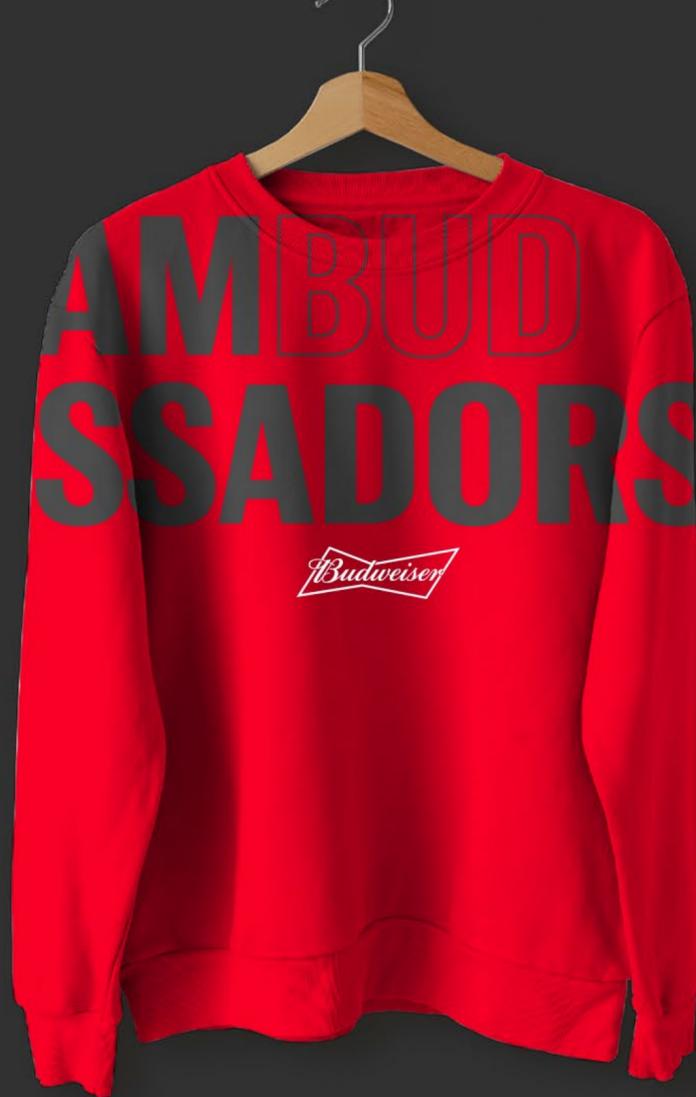
UBICAMOS VENDING MACHINES EN PUNTOS ESTRATÉGICOS DE LA CERVEZA Y EL FÚTBOL, EN LAS QUE LAS PERSONAS DEJABAN SUS LATAS (SÍ, DE CUALQUIER CERVEZA) PARA CONOCER A TRAVÉS DE SU SALIVA Y UN REGISTRO DE QUÉ OTROS PAÍSES TIENEN ASCENDENCIA.



RECIBÍAN SUS RESULTADOS POR  
CORREO DIRECTO EN UNA LATA  
CONMEMORATIVA CON LAS  
BANDERAS DE SUS PAÍSES.

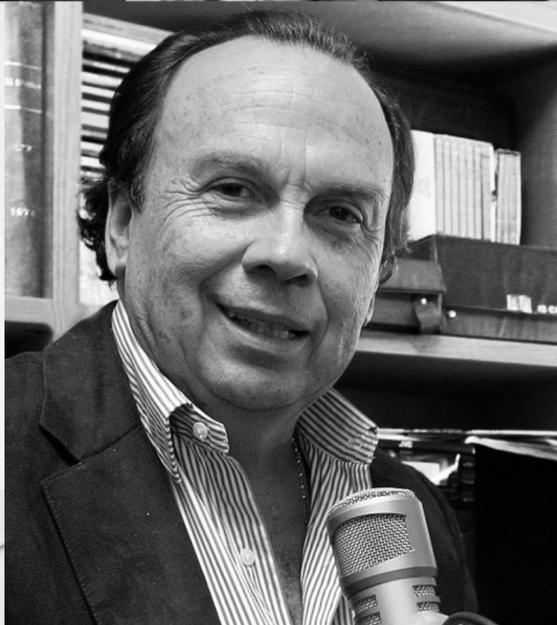


*Budweiser*



AL COMPARTIRLA EN REDES ACCEDÍAN A CIENTOS DE PROMOS Y REGALOS PARA DISFRUTAR LA FIESTA CON BUDWEISER ALENTANDO A SUS OTRAS SELECCIONES.





LA IDEA DE QUE AÚN  
“NUESTRAS” SELECCIONES  
FUERAN AL MUNDIAL  
LLAMÓ LA ATENCIÓN DE  
LOS MEDIOS, Y DE LOS  
PERIODISTAS MÁS  
FAMOSOS DEL FÚTBOL  
PARA REPLICARLA.



# LA FIESTA FUE:



**Trending  
topic** por  
18 días  
seguidos.



**300M** en  
earned  
media.



**7.000**  
usuarios en  
la primera  
semana.



**32**  
influencers  
orgánicos.



**+30%**  
share de la  
categoría.



La eliminación de Colombia nos apagó la fiesta, pero los colombianos no solo somos colombianos. Por eso, **les dimos una nueva razón para celebrar mostrándoles que también tienen un poco de otros países que sí van al mundial**, para convertirse en:

# AMBUDSSADORS



Ubicamos vending machines en puntos estratégicos de la cerveza y el fútbol, donde la gente depositara sus latas de cualquier cerveza para con su saliva saber **de qué otros países son**.



Sus resultados eran entregados en **una lata con las banderas de sus países** vía correo directo.



Al compartir estos resultados en redes y web desbloqueaban promos y regalos para **seguir la fiesta del fútbol con Budweiser**.



LA FIESTA FUE:



**Trending topic** por 18 días seguidos.



**300M** en earned media.



**7.000** usuarios en la primera semana.



**32** influencers orgánicos.



**+30%** share de la categoría.