

PRIMERO: ENTENDAMOS QUE NUESTRO TARGET ES

Absorbente Prevenido Apasionado
Determinado Dinámico
Predispuesto **Impulsivo**
No se queda callado Conservador

No solo consume medios,
interactúa y es más
crítico con ellos

Wake Up

Y SI EL RETO EXIGE

Generar una cultura de tolerancia y compasión entre los Colombianos = target



HAY QUE RECONOCER QUE

“LAS DECISIONES QUE TOMAS
APRESURADAMENTE, SON
AQUELLAS DE LAS QUE MÁS
TE ARREPIENTES”

POR ESO, LA IDEA ES

Hacer que los colombianos entiendan por qué deben

#PensarAntesDeActuar

Wake Up

ESTA IDEA SE POTENCIA CON LA ESTRATEGIA EN MEDIOS ASÍ

1 Focalizando el mensaje en momentos, lugares y aglomeraciones, inherentes a casos de intolerancia, siempre cuestionando al consumidor a recapacitar antes de reaccionar.

2 Buscando que cada medio a su vez, condicione el mensaje, para ser consecuentes con esta idea modular.




Y SE DARÁ A CONOCER DESDE

RRPP

Por medio de lobby, boletines de prensa y agendamiento de medios, se busca afinidad a la **causa** **#PensarAntesDe_____**, para que la opinión pública, sea uno de los promotores más importantes, generando free press relevante para el reconocimiento de la estrategia y permitiendo una vinculación mayor con las diferentes acciones a realizar en medios.

Tweets

 **Juan Camilo Hoyos** @Milohoyos · ahora
¿Sabían que "BACANO" tiene menos caracteres que "ESTÚPIDO"? los invito a [#PensarAntesDeTuitear](#) por una Colombia en Armonía

Abrir

⌂ Responder 🗑 Eliminar ⭐ Favorito ⋮ Más

 **Ana Maria Tamayo**
Hace unos segundos · Solo yo

[#PensarAntesDeComentar](#)

Por algo
no existe el
botón de
"NO LIKE" 🗑
en Facebook.

Por eso, yo me comprometí a
[#PensarAntesDeComentar](#)
por una Colombia en armonía

Wake Up

Me gusta · Comentar · Detener notificaciones · Promocionar · Compartir

DIGITAL

Crearemos un sitio web y App mobile que funcionarán como una guía para [PensarAntesDeInteractuar](#) con contenido educativo e inspirador sobre: las diferencias culturales y sexuales, costumbres de religiones y razas, comportamientos, perfiles psicológicos y lugares de interés en las diferentes ciudades, que promuevan la armonía.

REDES

Desde redes sociales, invitaremos a los colombianos a identificar esas circunstancias en las que deberían [#PensarAntesDe_____](#), y lo ejemplificaremos con la creación de los HTs: [#PensarAntesDeTuitear](#) y [#PensarAntesDeComentar](#), que serán dinamizados por diferentes influenciadores permeados y pagados por la causa, potencializando sus perfiles como medio de comunicación durante el periodo de pauta y con la intención de volverlos Trend Topic, generando así mayor cobertura. La idea es que estos HTs inspiren al target, a crear los suyos también.

Wake Up

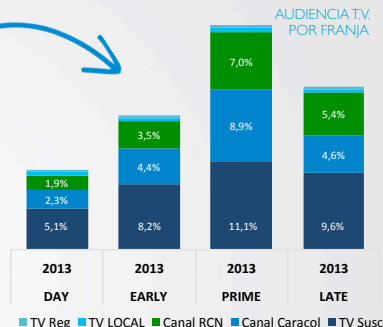
GENERARÁ INTERÉS DESDE

T.V.

*Con **menciones y secciones** en programas magazines en los que normalmente se critica, como [El Lavadero](#), [Día a Día](#), [La Red](#) y [Muy Buenos Días](#). Allí los presentadores vincularán el concepto de campaña, suavizando sus críticas y lenguaje, con intervenciones como: -Negra Candela: "Hoy vamos a criticar, pero constructivamente porque hay que [#PensarAntesDeCriticar](#) por una Colombia en armonía". Lo anterior también se apoyará en la redes sociales propias de cada presentador.

*Con **súper imposiciones** en [transmisiones de partidos relevantes](#) del fútbol nacional y mundial, con frases que cuestionen la rivalidad de las hinchas, acompañadas del HT [#PensarAntesDeEnfrentar](#).

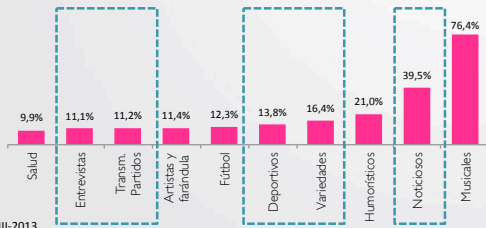
*Con **comerciales** distribuidos según el consumo de franjas, con mayor presión en los programas que aporten la [mayor cantidad de TRPs](#).



Fuente: Ibope Colombia – MMW

Universo: Total Personas de 4 años en adelante de NSE 1-6, 6 principales regiones (18'474.438 personas)

GÉNEROS DE RADIO



RADIO

Con la inclusión, en las entrevistas de los legitimados (Julio Sánchez, Vicky Dávila, entre otros), de preguntas diferentes al tema de diálogo, que rompan la hostilidad con que normalmente se trata al entrevistado. Por ejemplo: "Cómo durmió anoche Sr. Ministro", contemplando el HT [#PensarAntesDeJuzgar](#).

Fuente: Estudio General de Medios III Ola 2013

Universo: Personas de 12 a 69 años de NSE 1-6, 5 principales ciudades (17'507.700 personas)

Wake Up

Y GENERARÁ CONVICCIÓN DESDE EXTERIORES Y BTL

SISTEMAS INTEGRADOS DE TRANSPORTE

En la parte delantera de las **sillas no preferentes**, de los sistemas integrados de transporte, se pegarán adhesivos que inviten a los usuarios a ceder el puesto y participar de la campaña con el **#PensarAntesDeAcaparar**.



ACTIVACIONES EN ESTADIOS DE FÚTBOL

En temporada de finales de la Liga Postobón, se le regalará a la hinchada, **camisetas estampadas** con la textura de la piel, con un mensaje alusivo al fútbol en paz, con el **#PensarAntesDeEnfrentar**.



Discúlpame no soy sordo, solo estoy aprendiendo a manejar.

Te invito a
#PensarAntesDePitar
por una Colombia en armonía

Wake Up

ADHESIVOS MICRO PERFORADOS EN VEHÍCULOS

Wake Up

EXTERIORES Y BTL

SALAS DE ABORDAJE AEROPUERTOS

Se vestirán las cajas de luz de las salas de espera, de las aerolíneas con un mensaje de armonía y el HT **#PensarAntesDeProtestar**, además de códigos QR, con los que las personas podrán descargar eBooks gratis.



ACTIVACIONES EN SALAS DE CINE

Para enviar un mensaje de tolerancia en cuanto a la orientación sexual, se obsequiarán, en alianza con las principales cadenas de cine a nivel nacional, crispetas de colores. Sus recipientes se brandearán con el HT **#PensarAntesDeRechazar**

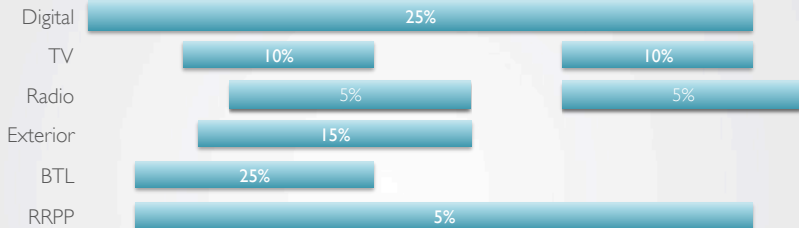


Wake Up

ASÍ SE DISTRIBUIRÁ LA PAUTA

May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
------	------	------	------	------	------	------	------

Medios Pagados



Medios Propios



Medios Ganados



#PensarAntesDe_____

Para construir una Colombia en armonía, vamos a lograr que los colombianos se comprometan a [#PensarAntesDeCaer](#) en cualquier acto de intolerancia.

¿CÓMO?

A partir de una idea/HT modular que vivirá estratégicamente, en momentos, lugares y aglomeraciones, inherentes a casos de discordia y tensión, siempre cuestionando al consumidor a recapacitar antes de reaccionar.

Esto obliga a que cada medio a su vez, condicione el mensaje, para ser consecuente con esta idea cambiante.

Radio: [#PensarAntesDeJuzgar](#)

T.V.: [#PensarAntesDeCriticar](#)

ASÍ:

Facebook: [#PensarAntesDeComentar](#)

Twitter: [#PensarAntesDeTuitear](#)

Exterior: [#PensarAntesDeRechazar](#)
[#PensarAntesDeEnfrentar](#)
[#PensarAntesDeProtestar](#)
[#PensarAntesDePitar](#)

**Las decisiones
que tomas
apresuradamente,
son aquellas
de las que más
te arrepientes.**

Por eso, te invitamos a
[#PensarAntesDeActuar](#)
por una Colombia en Armonía

Wake Up

Wake Up