



Ta♦Da

YOUNG LIONS
COMPETITIONS 



Objetivo

Divirtiéndose, conectando y sorprendiendo a millones

Crearemos una estrategia de lanzamiento de marca en Colombia que nos permita conectar con nuestras audiencias apalancado en nuestro **BRAND DNA**

La magia

Mystery

ADS

✦ Salvando la magia de
los **buenos momentos** ✦

✦ 1. INSIGHT:

Los buenos momentos alrededor de una cerveza siempre pueden tener interrupciones que nos desconectan de la magia del presente.

✦ 2. IDEA:

Crearemos publicidad que, en lugar de interrumpir, salve con magia los momentos de los usuarios, con base en sus necesidades.

Para el lanzamiento de TaDa.
Obsequiaremos premios que ayuden a las personas a salvar sus momentos de interrupciones en tiempo real.

✦ 3. INVESTIGACIÓN:

- Los constantes anuncios en plataformas online interrumpen la experiencia de los usuarios.
- Con la inflación actual, es más complejo adquirir productos, debido al incremento en los precios.

✦ 4. Data

- La inflación ha aumentado en un 13% durante 2022 frente el año anterior
- Cada 15 minutos vemos un anuncio de de Spotify, cada 3 minutos en YouTube, y cada 15 segundos en Instagram.

✦ 1. ESTRATEGIA:

Para nuestra campaña de lanzamiento, nos enfocamos en un público objetivo joven (20 a 35 años), fans de las redes sociales y disfrutan pasar tiempo con amigos, familia o compañeros. Este público es muy activo en línea y es más probable que interactúen con nuestra campaña en plataformas digitales.

Por lo tanto, nuestra estrategia de medios se centrará en digital, incluyendo publicidad en redes sociales e influencer marketing. Sin embargo, también nos enfocaremos en publicidad exterior (OOH) para aumentar nuestra presencia en la calle que se complemente. Con un "PR stunt" que llame la atención del público y cree un gran alcance.



✦ EJECUCIÓN:

1. Fase de expectativa

Crearemos un PR stunt con una valla misteriosa que tiene un conteo regresivo, con el fin de generar conversación.

2. Fase de lanzamiento y awareness

Cuando el contador llegue a cero, tendremos apoyo de influencers quienes recibirán unboxings con increíbles premios de las marcas aliadas.

3. Fase de interacción y conversión

Crearemos ADS en forma de "Magic Boxes" que al interactuar, me arrojan premios que solo se pueden canjear si descargo la App de TaDa.

Canales: Instagram, Twitter, YouTube, Spotify, vallas publicitarias, influencers.

Cronograma:

Expectativa	Lanzamiento	Interacción
1 semanas	2 semana	2 semanas



Mystery

ADS

Salvando la magia de los **buenos momentos**

POKER

AGUILA

Budweiser

Club Colombia

Corona

STELLA ARTOIS



EJECUCIÓN:



Nos tomaremos los medios digitales más populares por nuestro target, para crear un PR de expectativa y ADS en forma de Magic Boxes que ofrecen premios sorpresa canjeables al descargar la App de TaDa.

 Instagram  twitter

 Spotify  YouTube

Además, compraremos espacios publicitarios de las horas pico de Spotify y YouTube, para enviar códigos con recompensas premium de nuestras marcas aliadas.

INSIGHT:

Los buenos momentos alrededor de una cerveza siempre pueden tener interrupciones, como la publicidad intrusiva, la subida de precios VS capacidad adquisitiva o la falta de provisiones.

IDEA:

Crearemos publicidad que, en lugar de interrumpir, salve con magia los momentos de los usuarios, con base en sus necesidades, para el lanzamiento de TaDa.




Ta·Da
DELIVERY
DE BEBIDAS

✦ **Gracias** ✦

Ta•Da

YOUNG LIONS
COMPETITIONS 