

Ta ✦ Da

Haz tu magia

Objetivos

De la marca

- Que toda Colombia conozca la magia de TADA.
- Conseguir 10.000 descargas nuevas.

De comunicación

Pasar de ser un delivery poco conocido a ser los magos del quick commerce en Colombia y en el mundo.

**VIVIMOS EN UN MUNDO DONDE LA MAGIA ES CADA VEZ
MENOS FRECUENTE, YA NADA NOS SORPRENDE**

Y las plataformas delivery no son la excepción

La competencia en función de la funcionalidad ha hecho que hayan perdido la
cercanía con los usuarios

NUESTRA OPORTUNIDAD

Es demostrarle al país que un delivery que llega rápido, frío y a buen costo es posible

LA MAGIA PASA CUANDO DESCARGAS TADA*

*Concepto creativo

Estrategia de conexión

#TADAhaztumagia

- ✦ Haremos que el icónico sombrero morado de TADA haga su magia y se tome diferentes medios, entre ellos, medios propios como las mismas botellas, para incentivar a los colombianos a descargar la APP y hacer que la magia ocurra.

BRANDFORMANCE

Tarea 1

Posicionamiento

Que todos los colombianos conozcan la magia de TADA

Rol de medios

Alcance e impacto

KPIs

Reach, impacto y conversación positiva

Tarea 2

Performance

Que al menos 10.000 colombianos descarguen la app

Rol de medios

Conducir a la acción

KPIs

Tráfico y descargas efectivas

Posicionamiento



Contenido creado
por el usuario

OOH EXPERIENCIAL

Para que el país conozca la magia de TADA, nos tomaremos las *plazas* de tres ciudades donde instalamos sombreros gigantes con un contador de descargas. Cada mil descargas se desata la magia de TADA dentro del sombrero.

¿Cómo?

1. Dentro del sombrero se prenderán activaciones inspiradas en los territorios construidos por cada marca del portafolio.

Águila: un futbolista reconocido hace un show durante diez minutos* haciendo trucos con su balón, **demostrando la magia del fútbol**.

Budweiser: un DJ sale durante diez minutos* para **contagiar la magia de la música**.

2. Mantendremos al país curioso por saber “¿qué saldrá ahora del sombrero de TADA?” Alimentaremos la conversación con influenciadores de las marcas y redes sociales invitando a las personas a especular y pedir el siguiente momento de magia de TADA con el **#TADAHazTuMagia**

*Estos diez minutos activan promociones tanto en la APP como en el punto físico de TADA

POKER

AGUILA

Budweiser

Club Colombia

Corona

STELLA ARTOIS

Performance

NUESTRA FUENTE DE CRECIMIENTO SON LOS CONSUMIDORES ACTUALES DE CERVEZA

Cada semana se abren en promedio 20 millones de botellas* de cerveza en Colombia, de los cuales, al menos 18 millones son parte del portafolio Bavaria, ¿Por qué no hacer entonces que sean las mismas botellas quienes recomiendan el mejor lugar donde comprarlas para que la magia ocurra y lleguen rápido, frías y a buen precio?



¿QUÉ HAREMOS?

Tomarnos todas las tapas de las botellas de cervezas del portafolio Bavaria y convertirlas en el nuevo medio de performance de TADA.



HAT+CAP

¿Cómo?

El sombrero de TADA se tomará las tapas de todo el portafolio de cervezas que incluirán un código QR que invitará a las personas a descargar la APP.

Cada descarga lograda con el QR, hará que la magia esté más cerca de suceder en nuestros puntos claves de activación.

“ Las botellas de cerveza Bavaria se visten de magia para promover su tienda TADA ”

EL TIEMPO

“ TADA une el portafolio de Bavaria para llenar de magia las ciudades ”

EL ESPECTADOR

“ ¿Por qué las tapas de las cervezas de Bavaria están moradas? TADA tiene la respuesta ”

EL COLOMBIANO

POKER

AGUILA

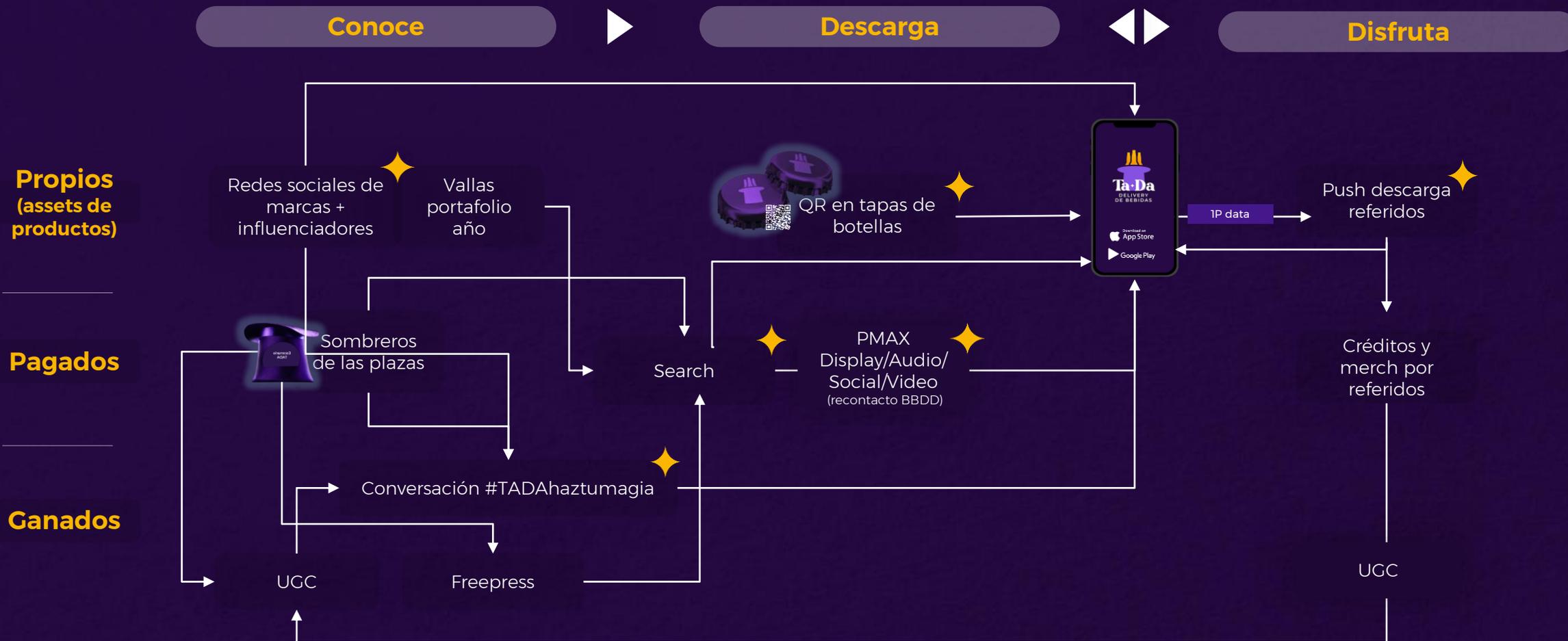
Budweiser

Club Colombia

Corona

STELLA ARTOIS

Las grandes ideas de medios harán parte de un ecosistema que optimiza el alcance a través del balance de los medios propios (incluyendo assets de las marcas) y los medios pagados. Aprovechamos los medios ganados para darle aún más impulso al sistema y lograr objetivo final: descargas.



La campaña se activará durante el aniversario del primer año de TADA en Colombia, convirtiéndose en un seasonality icónico para la marca

| | AGOSTO | | | | SEPTIEMBRE | | | | PRESUPUESTO | CONSOLIDADO KPI |
|---------|--|----|----|----|------------|----|----|----|-------------|--|
| | W1 | W2 | W3 | W4 | W5 | W6 | W7 | W8 | | |
| Propios | TAPAS BOTELLA | | | | | | | | | Posicionamiento 90% ALCANCE +1 +200% POSITIVE SENTIMENT |
| | REDES E INFLUENCIADORES DE PORTAFOLIO | | | | | | | | | |
| Pagados | SOCIAL MEDIA CPA | | | | | | | | 100.000.000 | Performance 15.000 DESCARGAS (+50% VS KPI) 60% INCREMENTO DE EVENTOS DENTRO DE LA APP |
| | ARRENDAMIENTO OOH EXPERIENCIAL | | | | | | | | 430.000.000 | |
| | PRODUCCIÓN ACTIVACIONES Y PRODUCCIÓN LONAS | | | | | | | | 250.000.000 | |
| | SEARCH MARCA / CONQUISTA | | | | | | | | 60.000.000 | |
| | PMAX DISPLAY/AUDIO/ SOCIAL/VIDEO (RECONTACTO BBDD) | | | | | | | | 60.000.000 | |
| | SOI 70% | | | | SOI 30% | | | | 900.000.000 | |

✦ TADA HAZ TU MAGIA ✦

INSIGHT

Vivimos en un mundo que cada vez nos sorprende menos, pero TADA tiene la magia para hacer que esto cambie.

Cada semana se abren en promedio 18 millones de cervezas Bavaria en Colombia, que se convierten en 18 millones de posibilidades para descargar y activar la magia de TADA.

ESTRATEGIA

TADA HAZ TU MAGIA

Haremos que el icónico sombrero morado de TADA haga su magia y se tome diferentes medios, entre ellos, medios propios como las mismas tapas de las botellas, para incentivar a los colombianos a descargar la APP y hacer que la magia ocurra. La campaña se lanzará en el aniversario del primer año de TADA en Colombia, creando un seasonality único para la marca.

EJECUCIÓN



OOH experiencial que se activa cada 1,000 descargas



Toma de tapas de portafolio

RESULTADOS

90% del target alcanzado en 8 semanas (F+5)

+200% en conversación y sentimiento positivo

15.000 descargas efectivas de la aplicación, 50% optimización versus KPI inicial

60% Incremento de eventos dentro de los usuarios antiguos

LA MAGIA PASA CUANDO DESCARGAS TADA