

Ta+Da

Presentación Caso
Juan Galeano
Juan Isaza

YOUNG LIONS
COMPETITIONS 

2023



| La Magia del encuentro

Las personas sentimos y vivimos diferente por lo cual,

La magia también se presenta de diferentes formas.

Vivimos momentos mágicos con personas y lugares únicos, queremos que esos momentos no se enfríen ni se pierdan.



Para momentos Mágicos

Pide en
TADA.



Concepto de Campaña

La Magia Del Encuentro

La Magia se presenta en diferentes momentos

No enfríes el momento

La magia es diferente para cada persona

No te pierdas ningún momento

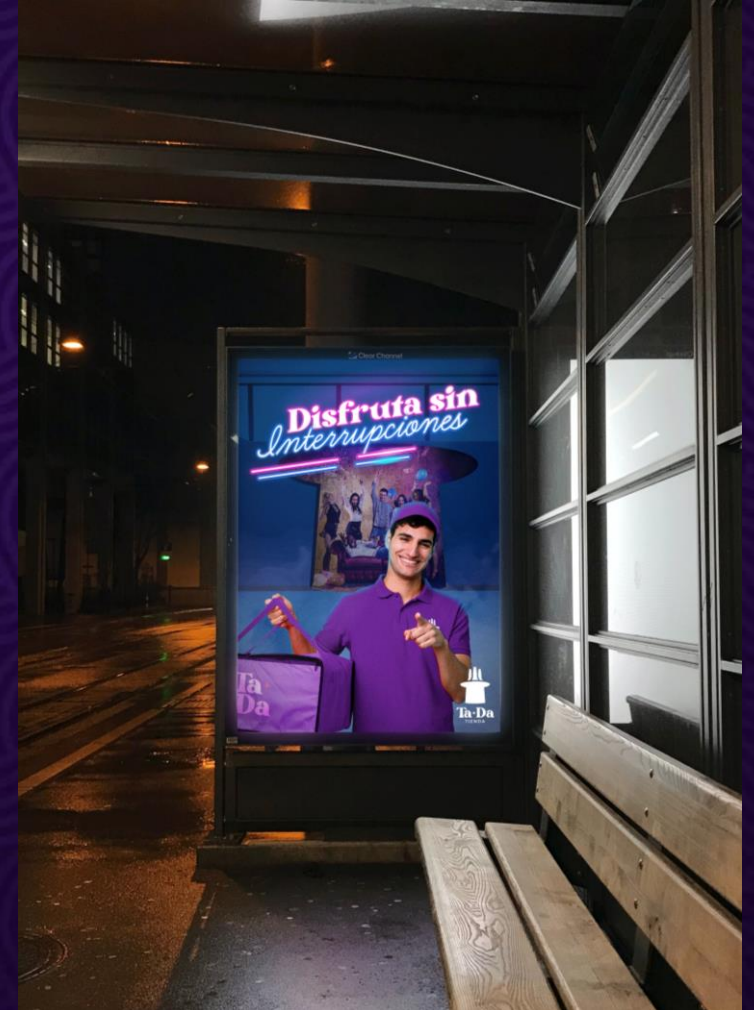




KV



DOH



DIGITAL





Summary of The Key Insights and Observations

Categoría – Marca – Consumidor - Cutlura

Llegar a las personas con un concepto fuerte, en donde conectemos y generemos momentos únicos, **La magia del encuentro**

Buscamos aprovechar todos los momentos en los que un delivery puede ayudar a continuar con la celebración, disfrutar un momento, evitando que se enfríe.

Queremos estar presentes en los momentos mágicos de nuestros usuarios.





Objetivo

Incrementar las descargas de la aplicación y usuarios TaDa durante el relanzamiento, con un total de 10 mil **NUEVOS USUARIOS**

Interpretar los momentos de consumo de las audiencias para plantear puntos de contacto efectivos

Definir una estrategia cross-media para cumplir con el crecimiento de la aplicación

Crear asociaciones positivas de la marca con Bavaria, para impulsar los momentos de consumo



Dividiremos la estrategia digital en 3 etapas

Con una distribución de presupuesto durante las 3 etapas teniendo en cuenta nuevas tecnologías de optimización de presupuesto, DCO y CDP, logrando optimizar audiencias y presupuesto en producción.

Estrategia enfocada en Awareness y Consideración
(alcance del mensaje descarga de la aplicación)

Conversión dentro de la aplicación y asociación de la marca con Bavaria

Presupuesto \$900 MM

CDP	\$100 MM
DCO	\$135 MM
1 Etapa	\$225 MM
2 Etapa – Sostenimiento	\$230 MM
Activación BTL	\$210 MM



Rol de los medios

Estrategia enfocada en mix de medios Digital y un apoyo DOH entendiendo los puntos de consumo de las audiencias, eventos de Bavaria, conciertos bares, enfocándonos en diferentes puntos de consumo.

Young Lions

INTERÉS – CERCANÍA AUDIENCIA

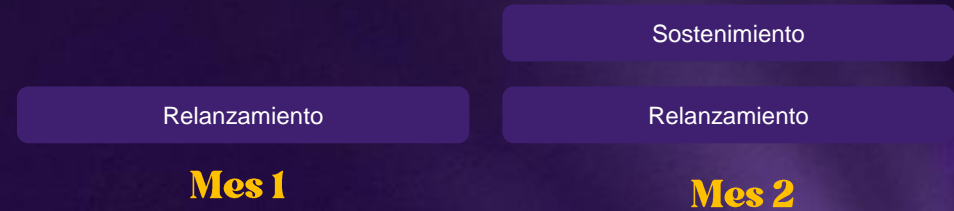


AUDIENCIA DESINTERESADA

COMUNICANDO INFORMACIÓN

CONSTRUYENDO ASOCIACIONES

Temporalidad



2023



Proveedor	Website	Objetivo	Formato	Campaña	Etapa	Inicio	Fin	Tipo de Compra	Costo Unidad	KPI Total	Impresiones	CTR/VTR	Clics	Vistas	Share Ptto	Presupuesto
															0%	
Facebook	FB/INS	ALCANCE	Dark Post	TaDA	Alcance	1-abr	31/04/2001	CPM	\$2.500	14.000.000	14.000.000	0,2%	28.000	N/A	21%	\$35.000.000
Youtube	YouTube	ALCANCE	Reach mix (bumper - Instream	TaDA	Alcance	1-abr	31/04/2001	CPV	\$450	88.889	164.609	54%	N/A	88.889	24%	\$40.000.000
Tap Tap	Red de Display	TRAFICO	DSP	TaDA	Alcance	1-abr	31/04/2001	CPM	\$35.000	571.429	571.429	0,3%	1.714	N/A	12%	\$20.000.000
Google Searc Marca	Search	Descargas	Red de busquedas	TaDA	Consideración	1-abr	31/04/2001	CPA	\$25.000	1.200	34.286	3,5%	1.200	N/A	18%	\$30.000.000
Google Searc Categoria	Search	Descargas	Red de busquedas	TaDA	Consideración	1-abr	31/04/2001	CPA	\$30.000	1.500	42.857	3,5%	1.500	N/A	26%	\$45.000.000
Subtotal	Plan									TOTAL KPIS	14.813.180		32.414	88.889	100%	\$170.000.000

Proveedor	Website	Objetivo	Formato	Campaña	Etapa	Inicio	Fin	Tipo de Compra	Costo Unidad	KPI Total	Impresiones	Clics	Share Ptto	Inversión	Presupuesto
Tap Tap	DOOH	Alcance	Pantallas DOOH	Hollyday	Alcance	1-dic	31-dic	CPM	\$150.400	199.468	199.468		50%	\$30.000.000	\$30.000.000
Tap Tap	Red De portales	Alcance	Banner	Hollyday	Alcance	1-dic	31-dic	CPM	\$49.500	606.061	606.061	15.152	50%	\$30.000.000	\$30.000.000
Subtotal	Plan									TOTAL KPIS	805.529	15.152	100%	\$60.000.000	\$60.000.000

Proveedor	Website	Objetivo	Formato	Campaña	Etapa	Inicio	Fin	Tipo de Compra	Costo Unidad	KPI Total	Impresiones	CTR/VTR	Clics	Vistas	Share Ptto	Presupuesto
															0%	
Facebook	FB/INS	Descargas	Dark Post	TaDA	Alcance	1-abr	31/04/2001	CPM	\$25.000	2.000.000	2.000.000	0,2%	4.000	N/A	29%	\$50.000.000
Youtube	YouTube	ALCANCE	Truview for action	TaDA	Alcance	1-abr	31/04/2001	CPA	\$45.000	1.556	2.881	54%	N/A	1.556	41%	\$70.000.000
DV360	Red de Display	TRAFICO	DSP	TaDA	Alcance	1-abr	31/04/2001	CPC	\$800	37.500	12.500.000	0,3%	37.500	N/A	18%	\$30.000.000
Google Searc Marca	Search	Descargas	Red de busquedas	TaDA	Consideración	1-abr	31/04/2001	CPA	\$25.000	1.200	34.286	3,5%	1.200	N/A	18%	\$30.000.000
Google Searc Categoria	Search	Descargas	Red de busquedas	TaDA	Consideración	1-abr	31/04/2001	CPA	\$30.000	1.500	42.857	3,5%	1.500	N/A	26%	\$45.000.000
Subtotal	Plan									TOTAL KPIS	14.580.024		44.200	1.556	100%	\$225.000.000

Disfruta sin Interrupciones

BY
Ta·Da
TIENDA

CONTEXTO:

Identificamos que la magia se vive de diferentes formas, cada quien encuentra magia en ocasiones como que su equipo remonte una final, que llegue a la fiesta la persona que te gusta, mencionar recuerdos con viejos amigos en casa, pero en ocasiones te pierdes de momentos increíbles por salir a comprar bebidas, momentos que pueden significar perder un chiste, una broma, una anécdota para la historia.



IDEA:

Desde TaDa, queremos ofrecer y dar a conocer nuestro delivery con la magia que se merecen estos momentos, acompañar a nuestros usuarios en sus experiencias, identificando los lugares donde la magia sucede, sea en estadios, conciertos o cualquier lugar en donde se encuentren reunidos, para así, lograr que se siga disfrutando sin interrupciones.

COMO:

Utilizando tecnología Digital para almacenar la información de consumo, cruzar información del CDP con el DCO, y así, crear comunicaciones asertivas para nuestros usuarios y optimizar todo posible momento de consumo, con modelos de atribución en puntos físicos, dejando en presencia exterior DOOH que nos ayuda a optimizar e identificar momentos de consumo específicos, dándonos a conocer como esa gran marca de Delivery oportuna y confiable.

