

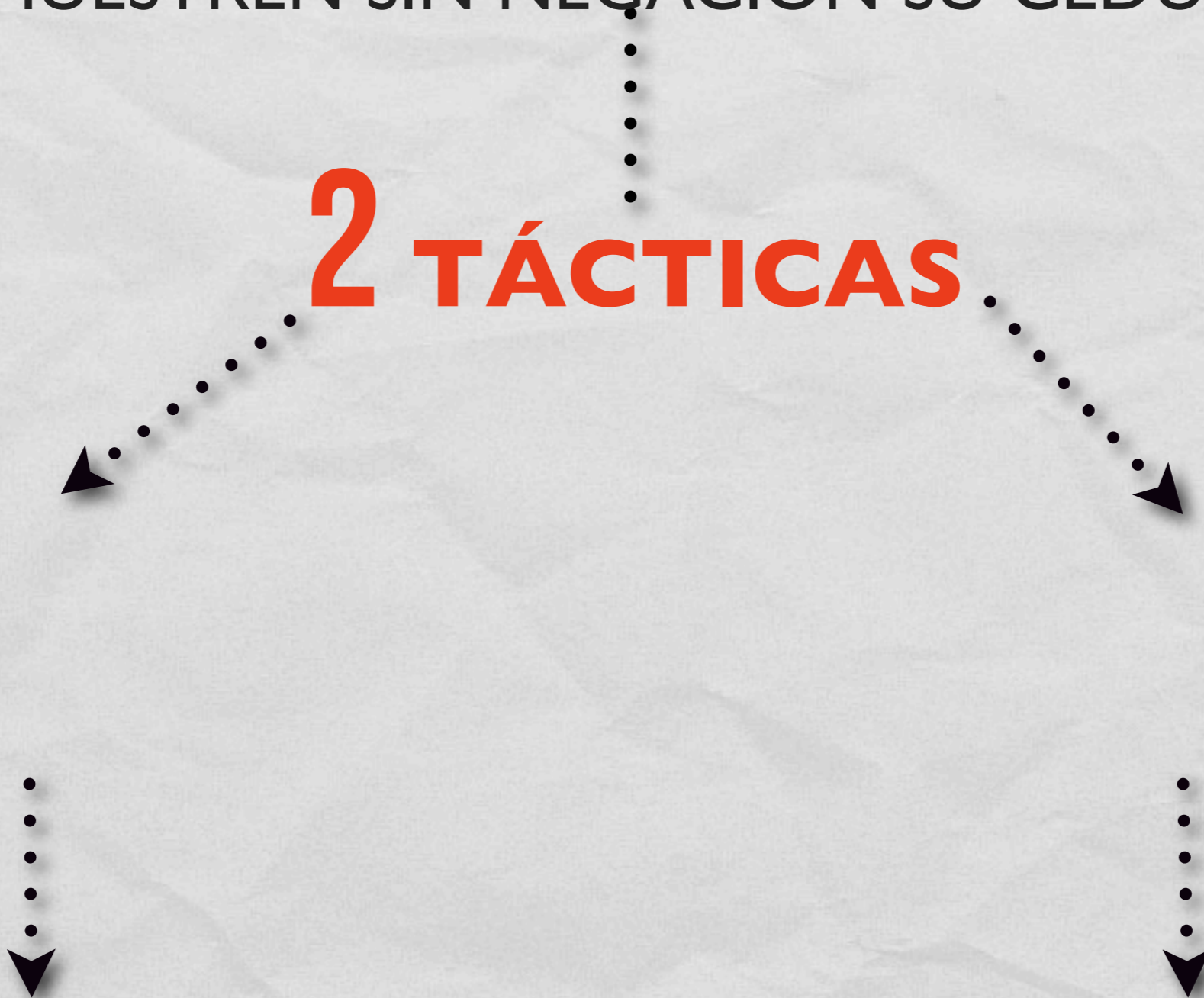
¿
ME
MUESTRAS



CÉDULA
?

OBJETIVO: HACER QUE LOS MAYORES DE EDAD
MUESTREN SIN NEGACIÓN SU CÉDULA

2 TÁCTICAS



OBJETIVO: HACER QUE LOS MAYORES DE EDAD
MUESTREN SIN NEGACIÓN SU CÉDULA

2 TÁCTICAS

I. Medios convencionales:

OBJETIVO: HACER QUE LOS MAYORES DE EDAD MUESTREN SIN NEGACIÓN SU CÉDULA

2 TÁCTICAS

1. Medios convencionales:

2. Medios emergentes:

OBJETIVO: HACER QUE LOS MAYORES DE EDAD MUESTREN SIN NEGACIÓN SU CÉDULA

2 TÁCTICAS

1. Medios convencionales:

Darán a conocer la idea y se generará recordación de la campaña Alianza+18.

2. Medios emergentes:

OBJETIVO: HACER QUE LOS MAYORES DE EDAD MUESTREN SIN NEGACIÓN SU CÉDULA

2 TÁCTICAS

1. Medios convencionales:

Darán a conocer la idea y se generará recordación de la campaña Alianza+18.

2. Medios emergentes:

El consumidor se involucrará de forma interactiva con la campaña Alianza+18.

OBJETIVO: HACER QUE LOS MAYORES DE EDAD MUESTREN SIN NEGACIÓN SU CÉDULA

2 TÁCTICAS

1. Medios convencionales:

Darán a conocer la idea y se generará recordación de la campaña Alianza+18.

2. Medios emergentes:

El consumidor se involucrará de forma interactiva con la campaña Alianza+18.

Para lograr sensibilizar a los compradores de alcohol en que la solicitud de la cédula es algo habitual y que ellos mismos deben incentivar y apoyar

I. MEDIOS CONVENCIONALES

- **Insight:** Los adultos tienden a mostrar con gran orgullo sus logros personales y hablan de ellos inclusive sin que se les pregunte al respecto.
- **Objetivo:** Trasladar esta satisfacción de mostrar algo propio al momento de mostrar la cédula inclusive sin que se les pida en situaciones cotidianas.
- **Target:** Personas mayores de edad.
- **Tono:** Conservaremos el de la primera fase. Caracterizado por ser amable, gracioso y valiéndose de la rima.

CONCEPTO CREATIVO

- CON LA MISMA **SATISFACCIÓN**, MUÉSTRELA SIN NEGACIÓN



Haciendo uso del humor y la amabilidad hacia el consumidor

CONCEPTO CREATIVO

- **CON LA MISMA SATISFACCIÓN, MUÉSTRELA SIN NEGACIÓN**

•Se mostrarán comerciales y cuñas en donde mayores de edad muestran con mucha satisfacción logros u objetos personales. Queremos mostrar que con esa misma satisfacción se debe mostrar la cédula.



Haciendo uso del humor y la amabilidad hacia el consumidor

CONCEPTO CREATIVO

● CON LA MISMA **SATISFACCIÓN**, MUÉSTRELA SIN NEGACIÓN

•Se mostrarán comerciales y cuñas en donde mayores de edad muestran con mucha satisfacción logros u objetos personales. Queremos mostrar que con esa misma satisfacción se debe mostrar la cédula.



•También se hará un test en revistas, el cual mostrará al consumidor que debe sentir satisfacción al mostrar su cédula para comprar alcohol, así como siente satisfacción al comprarlo

Haciendo uso del humor y la amabilidad hacia el consumidor

¿CUAL ES NUESTRA TÁCTICA?

Televisión:

Hombre de 40 años mostrando orgullosa y satisfactoriamente su nuevo apartamento y su importante titulo de doctorado. Pero al momento de un mesero pedirle la cedula para poder darle una cerveza el se siente indignado.

Mismo ejemplo de universitaria mostrando a su novio.

Hay que mostrarles que...

Radio:

Se escucha una mujer emocionada contando y mostrando a sus amigas todo sobre su compromiso. Las amigas deciden celebrarlo y piden una champaña, el mesero mientras la abre les pide las cedula. Ellas responden: "¿Perdón?"

Mismo ejemplo de hombre mostrando fotos de un viaje.

Hay que mostrarles que...

Revistas:

Una persona va a desarrollar un test en donde se raspa cada respuesta que escoja. Para que al final llegue a conocer nuestro concepto.

Hay que mostrarles que...

CON LA MISMA
SATISFACCIÓN,
MUÉSTRELA
SIN NEGACIÓN

¿CUAL ES NUESTRA TÁCTICA?

Televisión:

Hombre de 40 años mostrando orgullosa y satisfactoriamente su nuevo apartamento y su importante titulo de doctorado. Pero al momento de un mesero pedirle la cedula para poder darle una cerveza el se siente indignado.

Mismo ejemplo de universitaria mostrando a su novio.

Hay que mostrarles que...

Radio:

Se escucha una mujer emocionada contando y mostrando a sus amigas todo sobre su compromiso. Las amigas deciden celebrarlo y piden una champaña, el mesero mientras la abre les pide las cedula. Ellas responden: "¿Perdón?"

Mismo ejemplo de hombre mostrando fotos de un viaje.

Hay que mostrarles que...

Revistas:

Una persona va a desarrollar un test en donde se raspa cada respuesta que escoja. Para que al final llegue a conocer nuestro concepto.

Hay que mostrarles que...

CON LA MISMA
SATISFACCIÓN,
MUÉSTRELA
SIN NEGACIÓN



¿CUAL ES NUESTRA TÁCTICA?



Televisión:

Hombre de 40 años mostrando orgullosa y satisfactoriamente su nuevo apartamento y su importante titulo de doctorado. Pero al momento de un mesero pedirle la cedula para poder darle una cerveza el se siente indignado.

Mismo ejemplo de universitaria mostrando a su novio.

Hay que mostrarles que...

Radio:

Se escucha una mujer emocionada contando y mostrando a sus amigas todo sobre su compromiso. Las amigas deciden celebrarlo y piden una champaña, el mesero mientras la abre les pide las cedula. Ellas responden: "¿Perdón?"

Mismo ejemplo de hombre mostrando fotos de un viaje.

Hay que mostrarles que...

Revistas:

Una persona va a desarrollar un test en donde se raspa cada respuesta que escoja. Para que al final llegue a conocer nuestro concepto.

Hay que mostrarles que...

CON LA MISMA
SATISFACCIÓN,
MUÉSTRELA
SIN NEGACIÓN



¿CUAL ES NUESTRA TÁCTICA?



Televisión:

Hombre de 40 años mostrando orgullosa y satisfactoriamente su nuevo apartamento y su importante titulo de doctorado. Pero al momento de un mesero pedirle la cedula para poder darle una cerveza el se siente indignado.

Mismo ejemplo de universitaria mostrando a su novio.

Hay que mostrarles que...

Radio:

Se escucha una mujer emocionada contando y mostrando a sus amigas todo sobre su compromiso. Las amigas deciden celebrarlo y piden una champaña, el mesero mientras la abre les pide las cedula. Ellas responden: "¿Perdón?"

Mismo ejemplo de hombre mostrando fotos de un viaje.

Hay que mostrarles que...

Revistas:

Una persona va a desarrollar un test en donde se raspa cada respuesta que escoja. Para que al final llegue a conocer nuestro concepto.

Hay que mostrarles que...

CON LA MISMA
SATISFACCIÓN,
MUÉSTRELA
SIN NEGACIÓN



¿CUAL ES NUESTRA TÁCTICA?



Televisión:

Hombre de 40 años mostrando orgullosa y satisfactoriamente su nuevo apartamento y su importante titulo de doctorado. Pero al momento de un mesero pedirle la cedula para poder darle una cerveza el se siente indignado.

Mismo ejemplo de universitaria mostrando a su novio.

Hay que mostrarles que...

Radio:

Se escucha una mujer emocionada contando y mostrando a sus amigas todo sobre su compromiso. Las amigas deciden celebrarlo y piden una champaña, el mesero mientras la abre les pide las cedula. Ellas responden: "¿Perdón?"

Mismo ejemplo de hombre mostrando fotos de un viaje.

Hay que mostrarles que...

Revistas:

Una persona va a desarrollar un test en donde se raspa cada respuesta que escoja. Para que al final llegue a conocer nuestro concepto.

Hay que mostrarles que...

CON LA MISMA
SATISFACCIÓN,
MUÉSTRELA
SIN NEGACIÓN



2. MEDIOS EMERGENTES

- **Insight:** Los mayores de edad se sienten bien llegando a una reunión con alguna bebida alcohólica.
- **Objetivo:** Lograr por medio de la aceptación del insight, que las personas accedan a la página web de la campaña en donde conocerán más a fondo lo que se quiere lograr.
- **Target:** Personas mayores de edad que sean usuarios de redes sociales.
- **Tono:** Conservaremos el de la primera fase. Caracterizado por ser amable, gracioso y valiéndose de la rima.

CONCEPTO CREATIVO

SI ORGULLOSO TE SIENTES DE LLEGAR CONMIGO, **MIRA AQUÍ LO QUE TE DIGO.**



Crear un sticker que venga incorporado en la parte externa de las botellas, en dónde se lea nuestro concepto y además señale un código QR de la página web que estará en las tapas; en la página web se dará a conocer mas a fondo el objetivo principal de la campaña Alianza+18, y se mostrarán los comerciales, cuñas y test.

La página tendrá un espacio interactivo llamado **“DIGAN CEDULA”**, por medio del cual se generará nuestro enganche hacia el target.



#DIGANCÉDULA

La persona del target que compró la bebida alcohólica y accedió a la página, subirá una foto con él y sus amigos en el lugar en el que el producto fue comprado cumpliendo dos condiciones:

1. Todos deben decir “cédula” en vez del usual “whisky” al momento de tomar la foto.
2. Todos deben mostrar su cédula en mano.



Se creará un hashtag **#DiganCédula** en donde las personas suban las fotos a Twitter y a Instagram. También podrán comentar sobre el nuevo hábito de mostrar la cédula, llegando a un ideal de tendencia.



#DIGANCÉDULA

La persona del target que compró la bebida alcohólica y accedió a la página, subirá una foto con él y sus amigos en el lugar en el que el producto fue comprado cumpliendo dos condiciones:

1. Todos deben decir “cédula” en vez del usual “whisky” al momento de tomar la foto.
2. Todos deben mostrar su cédula en mano.



¿Cómo viralizarlo?

Se creará un hashtag

#DiganCédula en

donde las personas suban las fotos a Twitter y a Instagram. También podrán comentar sobre el nuevo hábito de mostrar la cédula, llegando a un ideal de tendencia.



TABLA DE MEDIOS

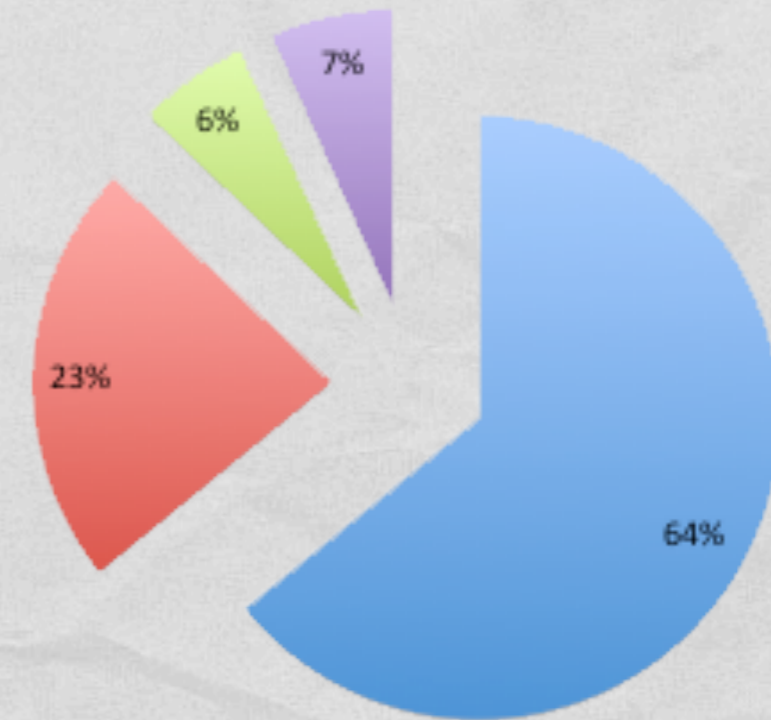
La campaña tendrá una duración de seis meses. Se generará el proceso de activación durante el primer mes con comerciales y cuñas. Luego se publicarán los test en revistas. El proyecto #DiganCedula tendrá constante presencia a partir de junio hasta el final de la campaña.

Flow Chart

	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	INVERSIÓN
COMERCIAL 1	✓	✓			✓		CO\$ 475.000.000
COMERCIAL 2			✓	✓		✓	CO\$ 475.000.000
CUÑA 1	✓	✓			✓		CO\$ 170.000.000
CUÑA 2			✓	✓		✓	CO\$ 170.000.000
TEST			✓	✓	✓	✓	CO\$ 96.000.000
PROYECTO #DIGANCÉDULA		✓	✓	✓	✓	✓	CO\$ 110.000.000
TOTAL							CO\$ 1.496.000.000

Inversión en Medios

■ Television ■ Radio ■ Revista ■ Medios Emergentes





¿Que buscamos?

Mostrar a los mayores de edad que mostrar la cédula al momento de comprar alcohol no debe tener ninguna concepción negativa y que en realidad puede llegar a ser un hábito divertido y necesario en nuestro target.

¿Como lo realizamos?

Lo principal es generar una actitud positiva en el target al momento de mostrar su cédula. Para esto nos basamos en comerciales, cuñas y test en revistas que los hacen pasar un buen rato y que simultáneamente les deja presente el objetivo principal de la campaña, haciendo constante repetición de nuestros dos conceptos principales: **“CON LA MISMA SATISFACCIÓN, MUÉSTRELA SIN NEGACIÓN”** Y **“SI ORGULLOSO TE SIENTES DE LLEGAR CONMIGO, MIRA AQUÍ LO QUE TE DIGO.”**. Añadido a esto, creamos el espacio interactivo **#DiganCedula**, en donde podrá volverse este hábito una tendencia y podrá ser viralizado en las redes sociales y medios emergentes.



¿Que buscamos?

Mostrar a los mayores de edad que mostrar la cédula al momento de comprar alcohol no debe tener ninguna concepción negativa y que en realidad puede llegar a ser un hábito divertido y necesario en nuestro target.

¿Como lo realizamos?

Lo principal es generar una actitud positiva en el target al momento de mostrar su cédula. Para esto nos basamos en comerciales, cuñas y test en revistas que los hacen pasar un buen rato y que simultáneamente les deja presente el objetivo principal de la campaña, haciendo constante repetición de nuestros dos conceptos principales: **“CON LA MISMA SATISFACCIÓN, MUÉSTRELA SIN NEGACIÓN”** Y **“SI ORGULLOSO TE SIENTES DE LLEGAR CONMIGO, MIRA AQUÍ LO QUE TE DIGO.”**. Añadido a esto, creamos el espacio interactivo **#DiganCedula**, en donde podrá volverse este hábito una tendencia y podrá ser viralizado en las redes sociales y medios emergentes.





¿Que buscamos?

Mostrar a los mayores de edad que mostrar la cédula al momento de comprar alcohol no debe tener ninguna concepción negativa y que en realidad puede llegar a ser un hábito divertido y necesario en nuestro target.

¿Como lo realizamos?

Lo principal es generar una actitud positiva en el target al momento de mostrar su cédula. Para esto nos basamos en comerciales, cuñas y test en revistas que los hacen pasar un buen rato y que simultáneamente les deja presente el objetivo principal de la campaña, haciendo constante repetición de nuestros dos conceptos principales: “**CON LA MISMA SATISFACCIÓN, MUÉSTRELA SIN NEGACIÓN**” Y “**SI ORGULLOSO TE SIENTES DE LLEGAR CONMIGO, MIRA AQUÍ LO QUE TE DIGO.**”. Añadido a esto, creamos el espacio interactivo **#DiganCedula**, en donde podrá volverse este hábito una tendencia y podrá ser viralizado en las redes sociales y medios emergentes.





¿Que buscamos?

Mostrar a los mayores de edad que mostrar la cédula al momento de comprar alcohol no debe tener ninguna concepción negativa y que en realidad puede llegar a ser un hábito divertido y necesario en nuestro target.

¿Como lo realizamos?

Lo principal es generar una actitud positiva en el target al momento de mostrar su cédula. Para esto nos basamos en comerciales, cuñas y test en revistas que los hacen pasar un buen rato y que simultáneamente les deja presente el objetivo principal de la campaña, haciendo constante repetición de nuestros dos conceptos principales: “**CON LA MISMA SATISFACCIÓN, MUÉSTRELA SIN NEGACIÓN**” Y “**SI ORGULLOSO TE SIENTES DE LLEGAR CONMIGO, MIRA AQUÍ LO QUE TE DIGO.**”. Añadido a esto, creamos el espacio interactivo **#DiganCedula**, en donde podrá volverse este hábito una tendencia y podrá ser viralizado en las redes sociales y medios emergentes.

