



“**LA APARIENCIA** *de las* **FOTOS**  
*de* **CARNET SON INVERSAMENTE**  
**PROPORCIONAL** *a las* **EXPECTATIVAS**  
**DE COMO** **QUISIERA**  
**HABER SALIDO”**

— *Elmus Kont* —

## INSIGHT

“A MI TAMPOCO ME GUSTA COMO SALÍ EN LA FOTO DE MI CÉDULA”

No me importa como haya salido en la foto de la cédula, pero **sí no la tengo, no lo obtengo.**

CONCEPTO

## ¿QUÉ QUEREMOS HACER?

Incentivar a los mayores de 18 años a que muestren su cédula al momento de comprar una bebida alcohólica.

## ¿CÓMO LO VAMOS HACER?

Creando el habito de utilizar la cédula de una manera divertida y generando experiencia de marca, por medio de momentos en los que quien no tenga cédula se va quedar por fuera de participar en ellos.



## A MI TAMPOCO ME GUSTA LA FOTO DE MI CÉDULA

Iniciaremos con una actividad en el Fan Page [www.facebook.com/amitampocomegustalafotodemicedula](http://www.facebook.com/amitampocomegustalafotodemicedula) en la que una persona y su grupo de 5 amigos podrán ganarse un viaje ¿cómo lo pueden hacer?

1. Se registran en la aplicación en Facebook **“Sí no la tengo, no lo obtengo”** por cada grupo se registran 6 personas (mayores de edad) con sus respectivos números de cédula.
2. Cuando cada uno de los integrantes del grupo se acerque a las tiendas y/o supermecados a comprar algún tipo de bebida alcohólica aparecerá el **“DATA CÉDULA”**, dándole la posibilidad de que deslice su documento por el **“DATA CÉDULA”** este le permitirá identificar su número de documento y le dará puntos por cada vez que deslice su cédula, y así acumula puntos para su grupo de amigos que inscribió en la app, que le permitirán participar por un viaje. (Los datos viajarán a la aplicación de Facebook inmediatamente se registre la cédula).



**A18**  
ALIANZA MÁS DIECIOCHO

3. Aquí no solo se benefician los comprados, sino también el tendero, el “DATACÉDULA” acumulará puntos al tendero que mejor este haciendo su labor de pedir la cédula cada vez que alguien se acerque a pedir algún tipo de bebida alcohólica “Sí tienes la cédula, obtienes los puntos”



Con esta actividad se premiará la acción de mostrar y pedir la cédula, generando el hábito de mostrar la cédula sin importar la apariencia de la foto.



## PROMO

Realizaremos una promoción apoyada con contenido en redes sociales en la que se hará el “PICO Y POLA”, dependiendo de los dígitos iniciales de la cédula el consumidor podrá reclamar cerveza en un horario determinado con un precio especial, la idea es generar una experiencia de beneficio para mostrar la cédula.



## RADIO

Aprovechando las dinámicas de concursos de muchas emisoras realizaremos unas intervenciones, en donde llamarán a algunos oyentes para felicitarlos por haber ganado un premio, pero al que no podrán acceder por no tener su cédula a mano. Cerrando el mensaje que si no tienes la cédula te pierdes de muchas cosas, por eso preséntala siempre que vayas a comprar bebidas alcohólicas, e invitando a las personas a visitar el fan page de la actividad.



**A18**  
ALIANZA MÁS DIECIOCHO

## ACTIVACIÓN

Actividad BTL, pondremos en sitios de afluencia impulsadoras que estarán con un lista en la que se podrán inscribir únicamente las personas que tengan cédula, para que puedan participar y asistir a las actividades VIP, con el fin de hacer una convocatoria masiva para inscribirse en las listas, donde el beneficio sea mostrar la cédula, sin importar la apariencia de la foto, lo más importante es generar hábito de mostrar la cédula, porque con ella adquieres beneficios.



## TELEVISIÓN

Haremos una mención en alianza con el Canal Caracol en la sección del noticiero “Bancolombia más cerca”, la idea es que el presentador visite un municipio o región de nuestro país, el conocerá algún lugar donde se estuviese de celebración y el decida entrar con su grupo de camarógrafos y en la entrada estaría un guardia de seguridad que exigiría la cédula para ingresar, en ese momento le diría que esta en medio de la grabación del noticiero, que lo deje seguir, el guardia no lo dejará ingresar y por el día de hoy no se podrá llevar a cabo el desarrollo del programa. Cerramos resaltando la importancia de llevar a todas partes con nosotros la cédula y de esta manera no perdernos de momentos especiales.



## TWITTER

Crearemos temas de conversión en donde las personas nos contarán las excusas más frecuentes que han usado para evadir el tema de mostrar la cédula, utilizando el hashtag **#ExcusasCuandoNoTengoCédula** con el fin de encontrar otras inconsistencias y otras teorías que nos permitan analizar más a fondo el comportamiento del target.





## FLOW SHARE

MEDIO	TIPO DE PAUTA	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	VALOR \$
DIGITAL	FACEBOOK ADS							\$50'000.000
DIGITAL	APLICACIÓN FACEBOOK							\$10'000.000
DIGITAL	PROMO FACEBOOK							\$10'000.000
DIGITAL	TWITTER							
RADIO	INTERVENCIONES							\$100'000.000
BTL	EVENTOS VIP							\$500'000.000
DATA CÉDULA	COMPRA DE DATA CÉDULA EN DONDE PAUTARAN MARCAS DE ALIANZA + 18							\$500'000.000
T.V.	MENCIONES NOTICIAS CARACOL Y BANCOLOMBIA MÁS CERCA							\$130'000.000
PREMIO TENDERO								\$100'000.000
PREMIO AMIGOS								\$100'000.000
								TOTAL \$ 1.500'000.000





## PROBLEMA

Los jóvenes de hoy en día se parecen mucho más a los adultos que hace diez años, lo que hace muy complejo para los tenderos que puedan reconocer si son mayores de edad o no, sin embargo la acción "pedir la cédula" genera rechazo o apatía.

## SOLUCIÓN

Los hábitos son cualquier comportamiento repetido regularmente, que requiere de un pequeño o ningún raciocinio y es aprendido, más que innato, es por ello que por medio de prácticas divertidas generaremos que los consumidores muestren su cédula como un hábito, sin ningún condicionamiento que se lo impida, ya que más allá de la apariencia de la foto, es mucho más importante darle el valor que esta significa.

## ALCANCE

Por medio del desarrollo de cada una de las tácticas, queremos lograr difundir el mensaje global de la campaña, recibiendo tanto de los compradores como de los vendedores un feedback sobre las mejores practicas que llevaron a la campaña a ser todo un éxito, logrando los niveles de viralidad en redes y free press en medios convencionales, apoyado con una estructura de pauta en medios digitales.

**Sí no la tengo, NO LO OBTENGO**

**A18**  
ALIANZA MÁS DIECIOCHO

A mi tampoco me gusta la foto de mi cédula - página oficial

A 147.387 personas les gusta esta página - 23.045 personas están hablando sobre esto

Me gusta 1,3 m

Aplicación

Twitter

**TENDERO EJEMPLAR**

**Sí no la tengo, NO LO OBTENGO**

**pico y**  
**POLA**  
23-45-78

**Sí no la tengo, NO LO OBTENGO**

cédula  
1.078.789.678

correo electrónico  
gabriel.pr@gmail.com

**A18**  
ALIANZA MÁS DIECIOCHO

**A18**  
ALIANZA MÁS DIECIOCHO