



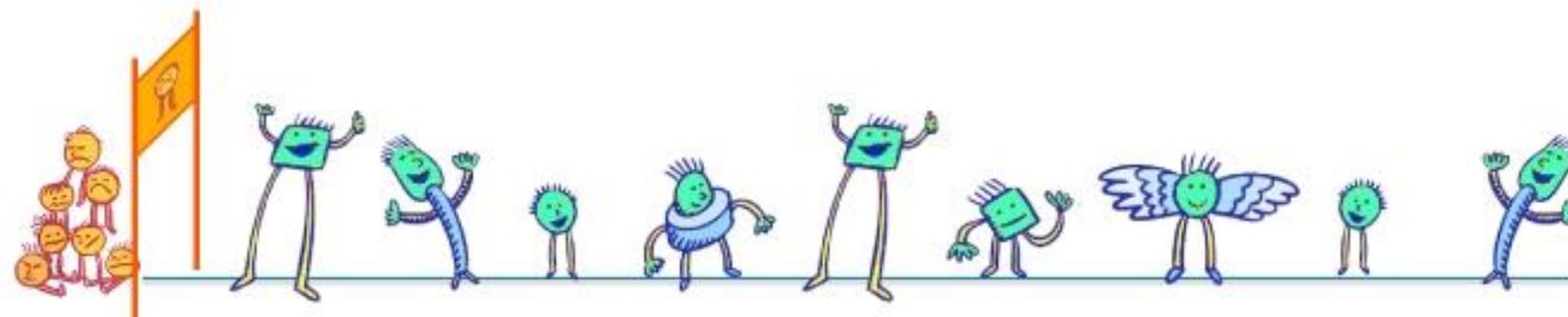
# Campaña por la cultura del consumo responsable de alcohol en mayores de edad

## \* Objetivo

Promover la cultura de consumo responsable de alcohol incentivando la cero tolerancia de consumo de alcohol en menores de edad, logrando que las personas muestren su cédula como método de validación sobre su mayoría de edad.

## \* Insights

- “ No muestro mi cédula porque salgo fea en la foto”
- “ Me da pereza que vean la cédula porque saben mi edad real”
- “ No me gusta que vean mi cédula porque mi primer nombre es horrible”
- “ Muchas veces no encuentro la cédula y me da pereza tener que buscarla en un bolso tan grande”





## \* ¿A quienes hablaremos?

Hombres y mujeres **mayores de 18 años** en toda Colombia, consumidores de alcohol de todos los estratos socio-económicos, con una vida social activa.

## \* ¿Cómo lo haremos?

Incentivaremos a los mayores de edad a mostrar sus cédulas a la hora de adquirir alcohol haciendo que piensen que ellos ya no son los pequeños que quieren jugar a ser grandes, logrando una muestra de cómo hay una evolución en el proceso del consumo responsable.

## \* Concepto

Ya consumo con  
responsabilidad

YA NO SOY UN WANNA **BEER**

Ya soy mayor  
de 18 años

Ya aprendí mucho más  
de lo poco que sabía





# \* ¿Qué vamos hacer?

- Tendremos un canal digital (Facebook) que nos ayudará a centralizar todas las actividades que haremos mes a mes a través de una comunidad –Ya no soy un Wannabeer- para notificar
- Generaremos etapas evolutivas en el consumo responsable creando actividades que demuestren como estas personas se alejan cada vez más de ser un Wannabeer. Estas etapas son las que determinarán las actividades mes a mes.



# \* Mes 1 y 2

Etapa 1 lanzamiento: Reconocer que la cédula es indispensable para un consumo responsable.



## Actividad BTL

**Si me dejas ver tu cédula yo te doy una sorpresa.**

La idea es que cada vez que una persona vaya al punto de venta de licor y muestre su cédula el tendero o las personas responsables del lugar le muestren un código QR que al escanearlo conseguirán tener el privilegio de tener un taxi para la hora de regreso a su casa. Cada vez que realice esta acción aparecerá una notificación en nuestra comunidad en Facebook diciendo que esta persona avanzó un paso más hacia la evolución del consumo responsable.



## Televisión



Con tono de humor contaremos la historia de un grupo de amigos mayores de edad que van a comprar licor, les exigen la cédula y al mostrarla se enteran del primer nombre de uno de ellos: **TEOTRISTE**. Durante las semanas siguientes y las diferentes situaciones sus amigos lo siguen llamando así, lo llaman al trabajo, lo presentan con las chicas, le hacen barra en el gimnasio con un cartel. Aparece una voz en off para cerrar el comercial que dice:

Es mejor que te llamen TEOTRISTE a que te digan que eres un Wannabeer. Mostrar tu cédula te hace saber más de lo poco que sabías.



# \* Mes 1 y 2



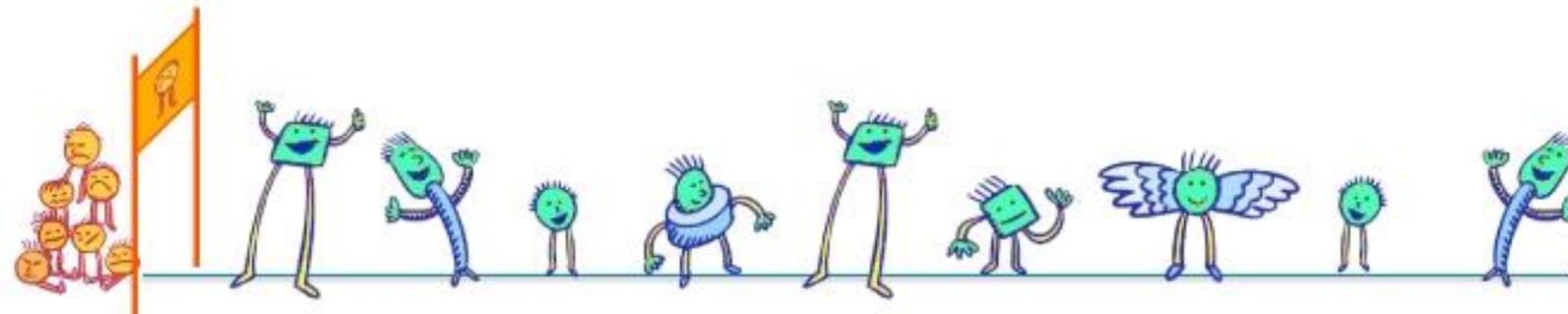
## Historias patrocinadas en Facebook

Llevaremos a nuestro target a que sean parte de nuestra comunidad YA NO SOY UN WANNABEER a partir de anuncios patrocinados donde serán influenciados por personas que hacen parte de sus contactos, lo que nos ayudará a que más personas quieran integrar esta comunidad gracias a sus amigos. Estos estarán segmentados por los gustos, los intereses y las ciudades de nuestro grupo objetivo



Twitter

Crearemos un perfil [@YANOSOYUNWANNABEER](#) en este hablaremos sobre como reconocer a un wannabeer, tendremos contenido sobre los eventos a los que pueden asistir mayores de edad y generamos conversaciones e interacciones con un hashtag: **#Esunawannabeersi.**



# \* Mes 3 y 4

Etapa 2 Sostenimiento: Lograr que las personas muestren su cédula sin que la soliciten.



## Guerrilla

En la entrada de los baños de los centro comerciales de hombres como de mujeres simularemos tener una puerta grande (Que es por la que normalmente entran las personas) y una al lado más pequeña. La grande tendrá un aviso que dice por acá ingresan los que Ya dejaron de ser Wannabeers, con el fin de hacer una analogía entre el adulto y que aún no ha llegado a la mayoría de edad.



## Bares

**Si este mes no hay mucha plata, que tu cédula te desvare.**

Con la alianza de los Bares con más tráfico en Bogotá, haremos que los grupos de amigos que asistan a alguno de estos reciban 2 covers gratis y un conductor elegido para que los lleve a su casa por la muestra de 5 cédulas, con esta actividad pretendemos que la muestra de su cédula se logre por iniciativa propia y que sea excluyente y se reduzca la entrada de grupos de menores de edad a lugares de consumo de alcohol.



# \* Mes 3 y 4

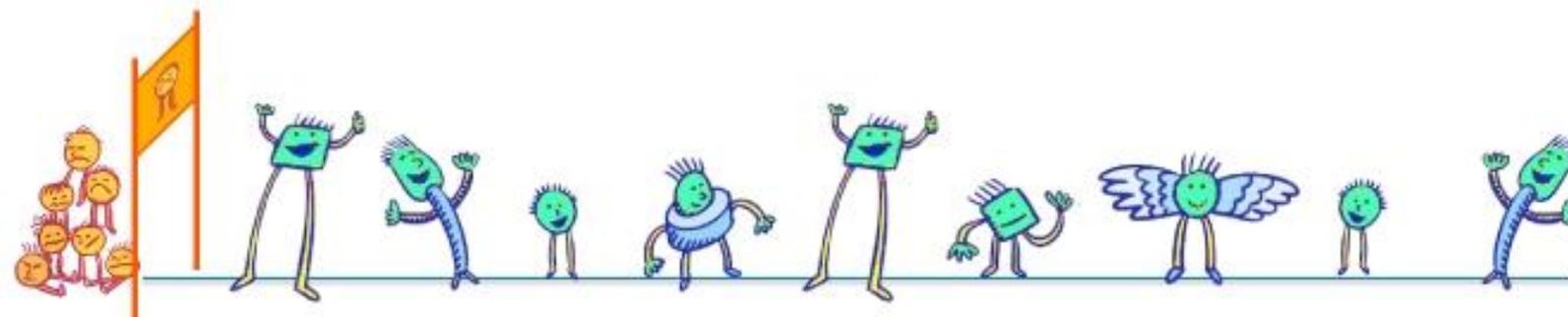


## Radio

Tendremos una cuña en la cual jugaremos con trivias que relacionen conceptos y situaciones con personas que ya son mayores de edad de la siguiente forma: Voz en off: Te daremos 20 segundos para descubrir que tan Wannabeer eres, piensa y responde:

- Pacman es **A. un video** juego B. una marca de galletas, B. una fábrica de robots.
- ¿En qué año vino el grupo Metallica a Colombia?  
• 1990 **b. 2010** c. 2008.
- ¿En qué rango de año sacaste tu cédula?  
**A. De 1975 a 1984** **b. Del 1984 a 1995** c. No tengo cédula

Si tú respuestas estuvieron entre la A y la B definitivamente Ya no eres un Wannabeer. **Mostrar tu cédula te hace saber más de lo poco que sabías.**



# \* Mes 5 y 6

Etapa 3 de cierre: Las personas se vuelven promotores del consumo responsable



## Viral

### Himno al wannabeer que dejaste atrás.

Crearemos un himno a todas aquellas situaciones que estos mayores de edad tuvieron cuando eran unos Wannabeers, este himno contarán esas anécdotas que los hicieron ver en algún momento fuera de contexto solo por pretender ser adultos antes de tiempo, cerrando el himno con el orgullo que les da tener una cédula que mostrar porque YA NO SON WANABBERS. Se cierra el Himno con: Mostrar tu cédula te hace saber más de lo poco que sabías.



## Activación en centro comerciales

Tendremos un karaoke con canciones de grupos que son reconocidos dentro de nuestro target, la idea es que este Karaoke tendrá un nivel de dificultad y es que tendrá la letra de la canción pero de repente aparecerá una línea vacía de texto para que estas personas que estén participando la completen, y si lo logran perfectamente demostrarán que ya no son unos wannabeer, esta actividad la notificaremos en el perfil en Facebook y en twitter resaltando que esta persona está por completar el nivel de evolución en el consumo responsable. Para poder participar tendrán que mostrar su cédula.

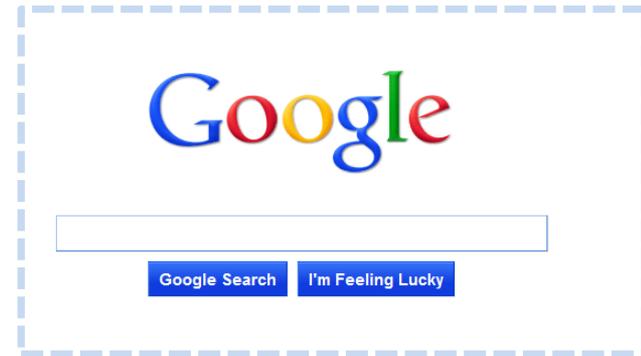


# \* Mes 5 y 6



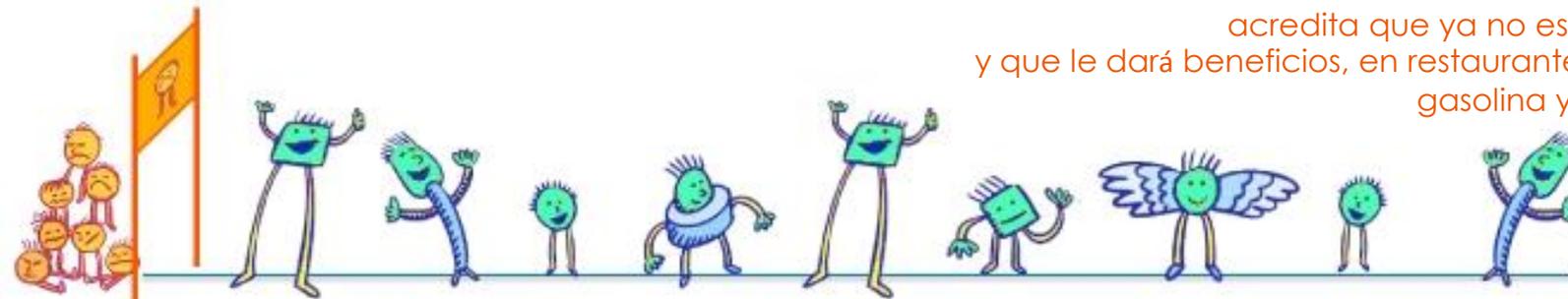
## Google

Posicionaremos la campaña en este buscador donde gracias al filtro de búsqueda y palabras claves como rumba, bares, domicilios, amigos, paseos, viajes logremos arrojar como resultado **YA NO SOY UN WANNABEER**, este link llevará a las personas a ser parte de la comunidad.



## Pieza rich media

Este formato aparecerá en portales con alto tráfico como por ejemplo el tiempo, la mega, RCN, caracol; esta pieza se caracterizará por ser una cédula personalizable, cuando aparezca el usuario podrá “renovarla” con cambiando aquella foto fea, el nombre que no quieren que conozcan y el año en que nació por si la edad es el problema para no mostrarla. Cuando el interactúan con esta pieza se le pedirá una dirección física a donde enviaremos el carné que acredita que ya no es una Wannabeer y que le dará beneficios, en restaurantes, estaciones de gasolina y supermercados.



## \* TIMELINE

Esta campaña está planeada para que tenga una duración de 6 meses durante los cuales se harán actividades cada con un intervalo de cada dos meses que representa una etapa.

- \* La comunidad en Facebook y Twitter tendrá una presencia fija durante los 6 meses de campaña

MEDIOS	1	2	3	4	5	6
<b>Etapa 1</b>						
BTL	x	x				
Televisión	x	x				
Avisos Facebook	x	x				
<b>Etapa 2</b>	x	x				
Guerrilla			x	x		
Bares			x	x		
Radio			x	x		
<b>Etapa 3</b>						
Viral					x	x
Centros comerciales					x	x
Google					x	x
Piezas Richmedia					x	x

