

¿ Recuerdan que querían hacer cuando por fin cumplieran 18 ?

Tener Cédula para...

Tomar **Tener Cédula para...** *Comprar un Trago*
Ir al Bar No depender de mis Padres *Compro un Trago*
de Moda Mi Primer Trabajo Mi Propio \$\$\$
Sacar el pase mayor de edad sin Problema
Sacar mi Primer Préstamo *Carro*
Votar y poder elegir a quien quiero para



Queríamos la **Cédula** para
hacer lo que **NO Podíamos**



“Ahora que **la Tengo** me doy cuenta que sólo es un **Papel** que **Sirve** para temas legales y **Nada Divertidos**”

Hagamos que **La Cédula** tenga un **Uso Divertido**



Nuestro Concepto





La "Máquina Responsabilidad" permea la estrategia de comunicación en su totalidad



* MediADN: Metodología que permite integrar de forma lógica y eficiente los puntos de conexión sobre los cuales se apalanca la estrategia de comunicación



“Máquina Responsabilidad”

la **primera máquina** dispensadora de alcohol que funciona presentando la **Cédula**

Ésta, la ubicaremos en bares y tiendas cercanas a lugares de consumo. Para activarla, las personas deberán pararse frente a la pantalla y esta les pedirá la cédula; la muestran y al hacerlo seleccionan el trago que desean.

Para restringir e incentivar al **consumo responsable** tendremos un límite de tragos por cédula presentada.

Durante la transacción pediremos al usuario compartir su experiencia en twitter a través del hashtag **#Soymás18** para amplificar la mecánica.



En Medios tradicionales la **amplificaremos...**

En alianza con los principales medios de comunicación desarrollaremos celebraciones en las que se evidencien las ventajas de usar la cédula. Con esto queremos que empleen sus redes y nos sirvan como voceros de marca.



Generando free press en televisión nacional y alianzas con Tv por cable (discovery channel: cómo construyeron la máquina, etc) generando contenido.

Prensa



Con avisos de prensa que invitan a las personas a ir a lugares donde está la máquina. Éstos, contarán con un desprendible que servirá como manilla para entrar al lugar.

Los periódicos serán distribuidos de manera geolocalizada para llegar a diferentes NSE.

Vallas con contadores que muestran las personas que se han unido a la alianza.



OOH

A18
ALIANZA MÁS DIECIOCHO

...Y tendremos otras tácticas...

Un aplicativo en facebook que reúne las fotos de la persona desde el día que cumplió 18 años y arma un mosaico de su cédula. El movimiento en redes será soportado por gestores de contenidos e infiltrados.



Taxis



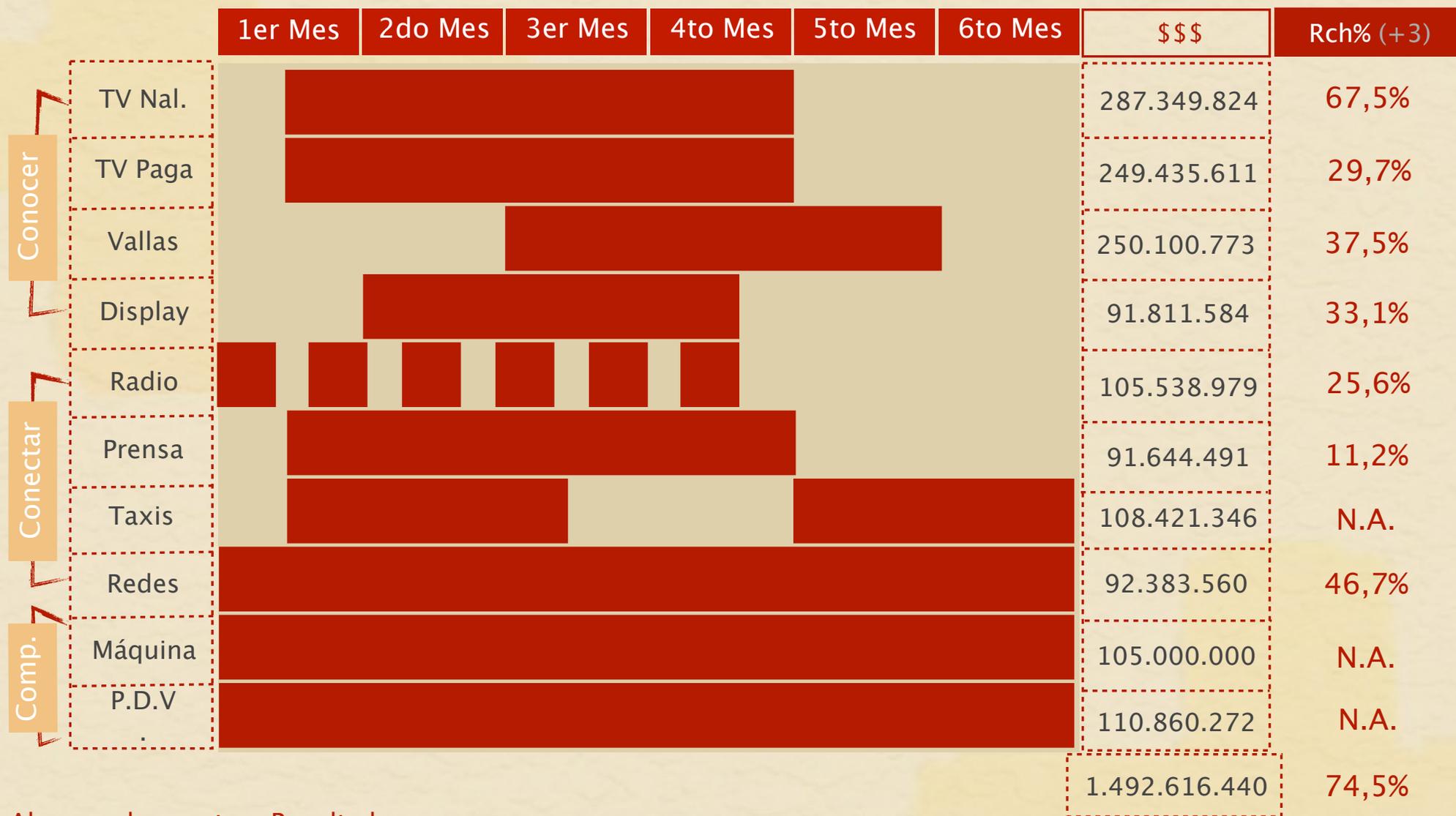
Display



Banners en las páginas de domicilios de alcohol, supermercados y grandes superficies.

Alianzas con bares y empresas de taxis para que las personas puedan pedir carros con las cédulas y ser llevados a sus hogares.

A18
ALIANZA MÁS DIECIOCHO



Algunos de nuestros Resultados

- * Reducir el consumo de alcohol en la población menor de 18 en un 15%. Pasando del 76% al 61%
- * lograr 1.900 Tweets a través de 923 Usuarios, convirtiéndonos en Trending Topic
- * Ser el "Like Page" No 1 en Colombia en términos de Engagement Rate (220.000 Likers aprox)





EL RETO

Lograr cambiar los hábitos de consumo de las personas cuando se trata de comprar alcohol con la cédula.

LA IDEA

Que la cédula de ciudadanía se convierta en algo divertido cambiando la percepción sobre ésta.

ESTRATEGIA

Crear la primera máquina dispensadora de alcohol que funciona al presentarle la cédula, buscando una sinergia de medios que gira en torno a ésta, donde tv servirá para generar contenido; redes sociales, prensa y radio para viralizar e involucrar al target y la actividad en sí, que buscará inculcar un nuevo hábito de consumo.

