

Nadie quiere verse y sentirse viejo...

y ¿tú qué opinas?

**+18**

**JUVENTUD MÁS DIECIOCHO**

# El Problema

La gente mayor de 18 años tiene una actitud negativa cuando le piden la cédula, en la mayoría de casos asumen que las personas que solicitan el documento de identidad deberían por defecto y con relación a su apariencia determinar y acertar su edad.

## El reto

- Asociar la solicitud de la cédula al comprar licor como un sinónimo de juventud.
- Crear una cultura de responsabilidad en la que los mayores de 18 años muestren su cédula como compromiso para el adecuado consumo y compra de licor en un tiempo promedio de 6 meses.

## Nuestro target

Colombianos hombres y mujeres de todos los niveles socioeconómicos mayores de 18 años que lucen más jóvenes de lo que son en realidad y suelen molestarse cuando les piden un documento de identidad.

# Insight

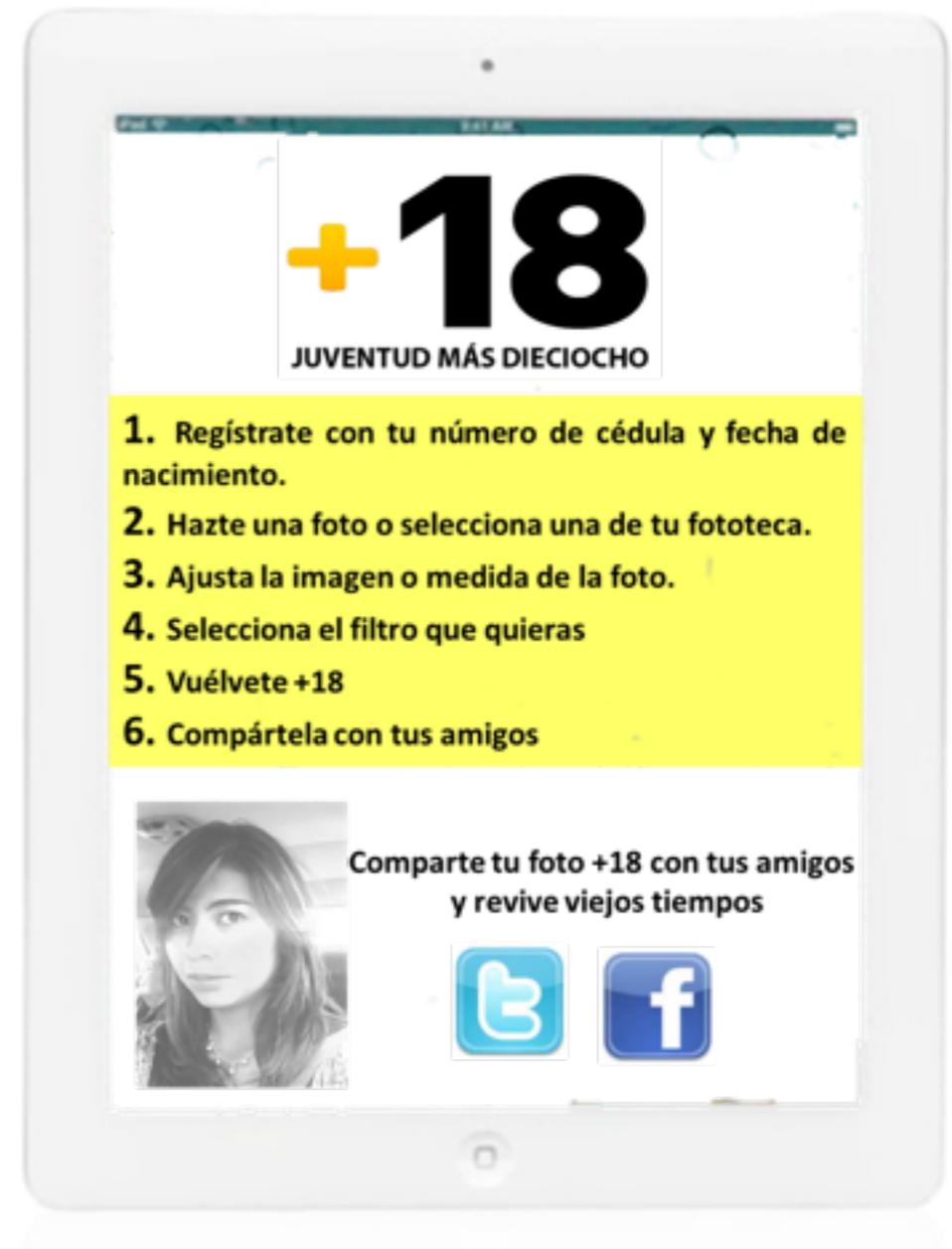
Nadie quiere verse y sentirse viejo

# La idea

Lo único que confirma la edad es la cédula si te la piden siéntete joven.

# Juventud + 18

A través de un app que vivirá en Facebook y que a la vez se podrá descargar en cualquier smartphone y tablet las personas podrán "quitarse años" subiendo una foto, el app les mostrará como eran cuando tenían 18 años. Con la finalidad, de que las personas compartan, interactúe, se le de visibilidad a la campaña y se genere engagement con la campaña.



# Juventud + 18

Alianza con Foursquare para cuando se haga check in en algún sitio de rumba se muestre un mensaje “Pepito ya mostró su cédula.”



# Cápsula + 18

Actividad BTL

Se le preguntará a la gente cuántos años cree que tiene la persona dentro de la cápsula y se sorprenderán al saber la verdadera edad de las personas. Posteriormente se les entregará un flyer con el siguiente mensaje "Lo único que confirma tu edad es la cédula, si te la piden siéntete joven"



## Tarjeta juventud + 18

Actividad BTL



Tarjeta que te hace miembro de juventud + 18, ésta te permite acceder a beneficios y descuentos. Para obtenerla debes mostrar la cédula en determinados establecimientos de  donde se llevará a cabo la campaña

**+18**  
JUVENTUD MÁS DIECIOCHO

# Plan de medios

## Visibility

Para que la gente conozca la campaña.



Contaremos con la imagen de famosos de apariencia joven que transmitan el mensaje en televisión, vallas, eucoles y posters.

## Awareness

Para que la gente tome conciencia que al mostrar la cédula evita que los menores tengan acceso a la compra y consumo de alcohol.

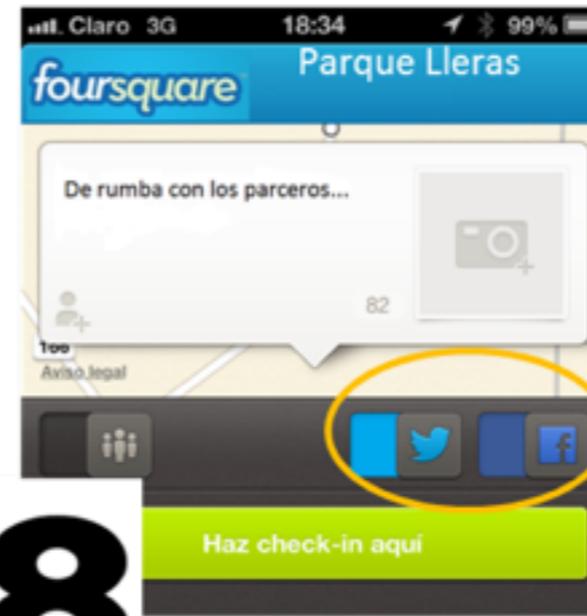
Actividad BTL cápsula de edad llamada +18.

Donde se le preguntará a la gente cuantos años cree que tiene la persona que está adentro. Esta se verá joven de su edad real.



## Engagement

Para que la gente esté comprometida a mostrar la cédula.



La ubicación por Foursquare al hacer check-in y la foto +18 del app se compartirán en redes sociales con el mensaje de campaña para viralizarlo.

## Call to action

Para que la gente muestre su cédula voluntariamente.

Tarjeta como miembro de Juventud + 18 permite acceder a beneficios y descuentos. Para tenerla hay que mostrar la cédula en el establecimiento.



# Flow de actividades

Actividades	Ene-Feb	Mar-Abr	May-Jun	Jul-Agos	Inversión
Radio					CO\$ 300.000.000
Internet (nauta)					CO\$ 100.000.000
Redes					CO\$ 300.000.000
Cápsulas (BTL)					CO\$ 100.000.000
Material pop					CO\$ 100.000.000
Juventud + 18					CO\$ 100.000.000
TV					CO\$ 500.000.000
<b>Total</b>					<b>\$1.500'000.000</b>

# La idea

Motivar a las personas a mostrar la cédula, bajo la premisa de que "Cuando te piden la cédula es porque luces mucho más joven".

## ¿Cómo lo haremos?

A través de tácticas dirigidas a nuestro target, identificaremos puntos de contacto para sorprender a las personas con un concepto cercano, afin y muy acorde a su identidad.

