

# OBJETIVO

Sensibilizar a los compradores de alcohol en que la solicitud de la cédula es algo habitual y que ellos mismos deberían incentivar y apoyar.

# INSIGHTS

A la gente no le gusta que le pidan la cédula, algunas veces por que tiene su peor foto, le apena su nombre o cree que su apariencia refleja su edad.

No hay correctivos de lo que no se debe hacer, por lo tanto lo seguimos haciendo y no nos preocupa.

# ¿A QUIENES LE HABLAMOS?

Colombianos mayores de 18 años consumidores de alcohol.

# ¿CÓMO LO HAREMOS?

Educar al target para que muestren la cédula como algo habitual y benéfico, una llave a accesos y responsabilidades únicas, por medio de acciones que modifiquen las razones por las cuales no la usan. La “llave” será la única barrera de acceso a los beneficios de ser mayor de edad, creando con ellos la comunidad “conciencia A+18”.

**C**ONCEPTO:

Usa  
tu  
lave

Two keys are positioned vertically, one to the left of the other. The keys are white with black outlines. The top part of each key is a circular ring, and the bottom part is a rectangular bit with a notch. The keys are placed behind the text 'tu' and 'lave'.

**C**ONCEPTO:

Usa) →  
Llave tu  
lave

**C**ONCEPTO:

Usa) →  
Llave tu  
lave

Deber,  
responsabilidad,  
compromiso y acción.

# C ONCEPTO:

Usa ) →  
tu  
lave



Deber,  
responsabilidad,  
compromiso y acción.

# C ONCEPTO:



Deber,  
responsabilidad,  
compromiso y acción.

La cédula, privilegio solo  
para mayores de 18.

# EXPECTATIVA

Toma de los diarios el ADN y Publimetro, donde los carros repartidores se disfrazarán de cajas fuertes (forzadas) y troquelado, flotantes en paginas regionales como elcolombiano.com, y acciones especiales en paraderos de sistema de transporte masivo de Colombia.

# Usa tu llave





# EXPECTATIVA

Usa  
tu  
llave

Menciones en emisoras donde los presentadores harán alusión al olvido de sus llaves con temas cotidianos e invitarán a buscar las llaves en la página oficial [www.usatullave.com](http://www.usatullave.com) y patrocinios en programas de +18.



Acción BTL donde habrá una multitud al frente de sitios estratégicos con camisetas “brandeadas”, ellos preguntarán a los transeúntes si han visto sus llaves y entregarán el volante con información de la página web.

# LANZAMIENTO:

Menciones donde se de un desenlace a la campaña, comunicando que las llaves no se han perdido si no que todos las hemos olvidado, por motivos como vergüenza, molestia entre otras.

Ahora encontramos que las llaves, es hora se aprender a usarla.

Usa  
tu  
llave



Comenzamos a incentivar la acción en paraderos y vallas que se convertirán en dispensadores de cerveza simbólica con bonos, accesible únicamente para los que pasen su cédula.

# L ANZAMIENTO:

Menciones donde se de un desenlace a la campaña, comunicando que las llaves no se han perdido si no que todos las hemos olvidado, por motivos como vergüenza, molestia entre otras.

Ahora encontramos que las llaves, es hora se aprender a usarla.

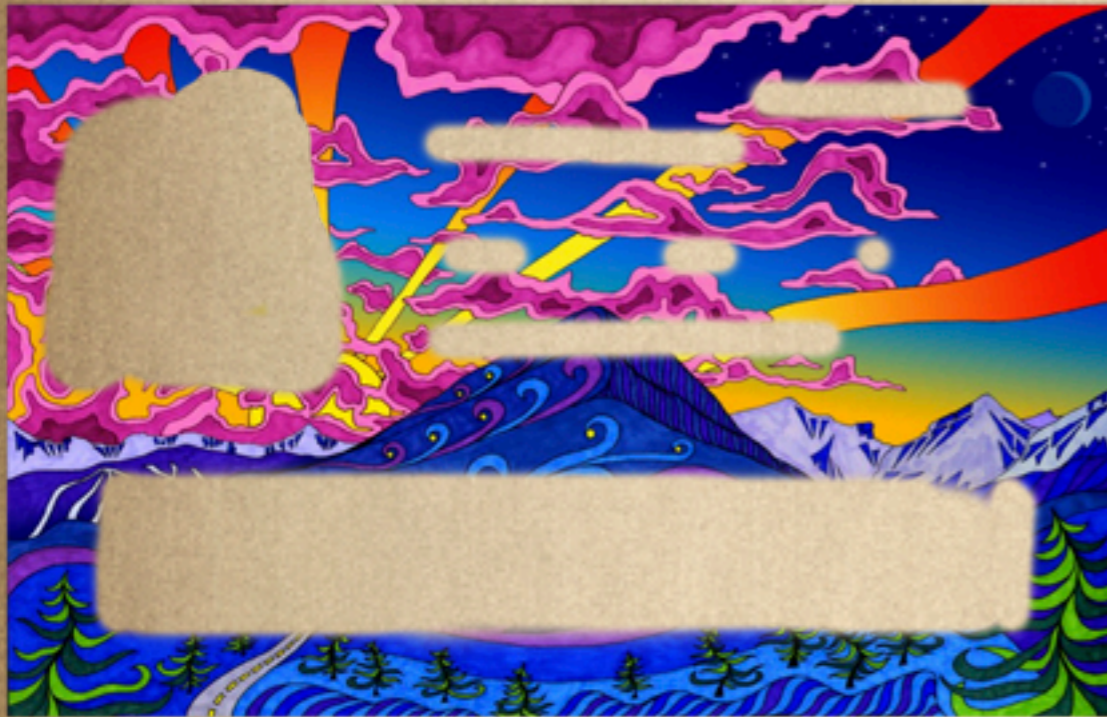
Usa  
tu  
ave



Comenzamos a incentivar la acción en paraderos y vallas que se convertirán en dispensadores de cerveza simbólica con bonos, accesible únicamente para los que pasen su cédula.

Entregaremos forros personalizados como insertos en revistas, universidades y centros comerciales, con el mensaje Usa tu llave siempre que compres alcohol.

# Usa tu llave



Entregaremos forros personalizados como insertos en revistas, universidades y centros comerciales, con el mensaje Usa tu llave siempre que compres alcohol.

# Usa tu llave



Entregaremos forros personalizados como insertos en revistas, universidades y centros comerciales, con el mensaje Usa tu llave siempre que compres alcohol.

Usa  
tu  
llave



Entregaremos forros personalizados como insertos en revistas, universidades y centros comerciales, con el mensaje Usa tu llave siempre que compres alcohol.

# Usa tu llave



Vamos a patrocinar juegos “premium” tipo Arcade a los que solo pueden acceder los mayores de 18 que presenten su cédula.

Entregaremos forros personalizados como insertos en revistas, universidades y centros comerciales, con el mensaje Usa tu llave siempre que compres alcohol.

# Usa tu llave



Vamos a patrocinar juegos “premium” tipo Arcade a los que solo pueden acceder los mayores de 18 que presenten su cédula.



**A18**  
ALIANZA MÁS DIECIOCHO



Todo esto para construir la comunidad A +18

Usa  
tu  
ave



Miles de colombianos acudieron al llamado, inscribieron su cédula y comenzaron a usarla, gracias a los beneficios exclusivos de esta.

**Usa tu ave**

**A18**  
ALIANZA MÁS DIECIOCHO

Se cambió algo ajeno y aburrido por algo personalizado y benéfico.

Miles de colombianos acudieron al llamado, inscribieron su cédula y comenzaron a usarla, gracias a los beneficios exclusivos de esta comunidad.

Diagonal

**Usa tu ave**

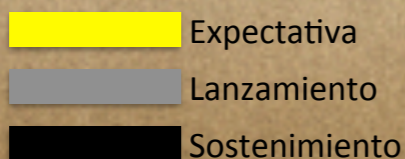
**A18**

Se cambió algo ajeno y aburrido por algo personalizado y benéfico.

Se inculco un comportamiento positivo, se reforzó la frecuencia con el mensaje y se premió el buen hábito.



# FLOW



\* Cifras estimadas en millones de pesos



# BIG IDEA

La cédula es una llave de entrada a un mundo de beneficios y responsabilidades.

## ESTRATEGIA



Deber,  
responsabilidad,  
compromiso y acción

La cédula, privilegio  
solo para mayores de 18.

Educar al target para que muestren la cédula como algo habitual y benéfico, una llave a accesos y responsabilidades únicas, por medio de acciones que modifiquen las razones por las cuales no la usan. La “llave” será la única barrera de acceso a los beneficios de ser mayor de edad, creando con ellos la comunidad “conciencia A+18”.