

CE-000254

BULLYING POR LOVING

1. DESCRIPCIÓN

IDEA: El propósito de Nosotras es generar seguridad y confianza en las mujeres. Por eso, la marca creó una campaña regional — República Dominicana, Colombia, Ecuador, Perú, Chile y Argentina— contra el bullying; elevándoles la autoestima con un mensaje de empoderamiento: No necesito tu aprobación.

INSIGHT: El bullying se empieza a corregir cuando se sabe de él. Por eso, la solución empieza por generar consciencia. Además, la baja autoestima es uno de los causantes del bullying, y también su resultado. Así, al aumentar la seguridad y confianza de las mujeres en si mismas, ayudamos a combatirlo.

2. EJECUCIÓN

FASE INICIAL Lanzamos un video testimonial en el cual todo tipo de niñas le decían al mundo que no necesitaban la aprobación de nadie para ser como son e invitaban a unirse al movimiento.

Este primer lanzamiento fue en redes sociales y estuvo apoyado por pauta en televisión nacional y regional, y en revistas.

COLEGIOS: En febrero, aprovechamos la campaña educativa anual de la marca y llevamos el mensaje a más de 3.500 colegios en la región entregando más de 1'500.000 manillas.

DÍA INTERNACIONAL ANTI-BULLYING: Invitamos a las personas a sacarle la lengua al bullying y subir fotografías con

el hashtag #lovingnosotras.

VIDEOCLIP: Para llevar el mensaje a nuevas audiencias, compusimos una canción empoderadora e invitamos a las niñas a realizar y documentar acciones contra el bullying para ser las estrellas del videoclip oficial.

13 ganadoras viajaron a Medellín para protagonizar el video. Conocieron la ciudad, interactuaron con influenciadoras de la marca, y hasta tuvieron una noche de spa.

3. IMPACTOa) FASE 1 (Lanzamiento octubre-diciembre 2016) Alcance en TV de 2.635.517 personas

(Alcance promedio en Colombia)

Más de 5.000.000 de views de videos de la campaña en redes sociales

Facebook:

29,419 Reacciones, 6,246 compartidos y 1,285 comentarios.

Youtube:

>3.000 reacciones positivas 1.279 comentarios Aumento de 51% en número de seguidores.

Más de 51.000.000 de impresiones en pauta display digital.

Concientización colegios:

Pedagogía en +3.500 colegios en República Dominicana, Colombia, Perú, Ecuador, Chile y Argentina +1'500.000 manillas repartidas

b) DÍA MUNDIAL CONTRA EL BULLYING (MAYO 2016)

Alcance FB e Instagram: 3'431.812844.347 interacciones

#lovingnosotras:2.200 posts en Instagram

La torre Colpatria se vinculó a la campaña iluminándose color magenta

c) VIDEOCLIP (PRIMEROS 5 DÍAS)

578,592 vistas 105,477 reproducciones completas 744,588 usuarios únicos 43,19% VTR (3 veces el benchmark de la plataforma)

d) FREE PRESS

Notas en El Colombiano, El Espectador, El Universal, Publimetro, Cromos, La W; además de medios de Perú, República Dominicana y Argentina.

e) CONTENIDO GENERADO POR USUARIOS

Memes generalizados de hombres y mujeres de toda la región.