

M.E.L.B.A.





Objetivos

- Objetivos Principales:
 - Generar Awareness acerca de qué es la Fundación Cimientos y qué es lo que hace.
 - Incentivar la donación de dinero por parte de empresas y personas individuales.



INSIGHTS Y CONCEPTO

Partimos de la base que la mayoría de los seres humanos tenemos una naturaleza egocéntrica. Pensamos primero en nosotros mismos y en las personas que queremos o con las que estamos relacionadas y luego, a veces, pensamos en los demás.

Insights

“No me pasa a mí, asique no me interesa”

“Eso no pasa cerca mío, entonces no me importa.”

“Todos mis amigos y mi familia van al colegio, no me importa qué es lo que le pase a los demás”

“No estoy seguro que lo que done realmente cumpla un fin y no se lo queda alguien de la fundación”

Conclusión: Tenemos que lograr que la gente se ponga en el lugar de alguien que no tiene acceso a la educación, para lograr su reacción hacia la fundación.



GENERAREMOS EMPATÍA CON EL TARGET

EMPATÍA: Sentimiento de participación afectiva de una persona en la realidad que afecta a otra:
la empatía consiste en ser capaz de ponerse en la situación de los demás. (fuente: www.wordreference.com)

IDEA CREATIVA CENTRAL: “Una persona analfabeta, siempre está perdida”





A QUIÉNES LE HABLAMOS Y CÓMO LO HAREMOS

Consideramos que el valor básico y más importante para la vida que entrega la escuela, es el poder de leer y escribir.

Para lograr empatía en la gente vamos a poner, literalmente, a todos, en el lugar de quienes no pueden leer., para que sientan cómo es la vida de alguien que no puede acceder a la educación formal.

- A las empresas vamos a llegar con una acción de marketing directo, que genere empatía.
- A hombres y mujeres del target, los vamos a poner en el lugar de una persona analfabeta.
- Vamos a dividir la campaña en diferentes acciones:
 - La mayor parte del esfuerzo estará puesto en una acción principal y en la amplificación posterior (gratuita) de los medios, a través de acciones de prensa. De esta forma lograremos awareness e impacto.
 - Se trabajará con los principales medios gráficos, audiovisuales y tecnológicos para lograr la cobertura necesaria y para dar más información acerca de la fundación, sus valores y sus necesidades. Realizaremos acciones de alto impacto en vía pública para generar interés y atención.



ACCIÓN EN MEDIOS GRÁFICOS

Creemos que si las personas experimentan lo que le sucede cotidianamente a alguien que no accede a una educación formal, pueden tener la necesidad inmediata de colaborar con la Fundación.

El día 8 de septiembre (Día Internacional de la Alfabetización), se intervendrán los principales medios gráficos de comunicación y se harán tapas falsas. Éstas tapas mezclarán las letras del texto para que resulten incomprensibles a quien lo lee.

Para efectivizar el costo de la tapa falsa, se aprovechará el interior y la contratapa de la misma. Adentro pondremos la información acerca de los programas y de cómo poder participar para alcanzar la misión de Cimientos. La contratapa se trabajará igual que el frente.

Las revistas se utilizarán con la misma modalidad en tapa y contratapa. Ésta estará impresa doble faz, y en el dorso se podrá encontrar la información necesaria acerca de la Fundación. De esta manera evitamos tener que hacer la compra de página interior para la descripción y eficientizamos la compra.

Esto se hará 1 sola vez y se utilizarán todos los medios simultáneamente para lograr mayor impacto.

Para darle continuidad a la campaña, haremos intervenciones en los textos de los mismos diarios y revistas durante el período de duración de la campaña. En diarios utilizaremos el cuerpo principal para mezclar las letras de las noticias y haremos la asociación con la marca con un aviso al pie. Intervendremos, de la misma manera los avisos clasificados de búsquedas laborales. En revistas se intervendrá, en algunos sectores, la noticia principal y se acompañará en página siguiente con la gráfica de "Cimientos".





INTERNET

Se replicará la acción de diarios y revistas en los principales portales Web. Los sitios se abrirán normalmente y luego todas las letras empezarán a cambiar de lugar. Al finalizar este juego visual, habrá un pop-up de un banner que ocupará toda la pantalla que tendrá la frase: *"Hay personas que viven diariamente lo que vos experimentaste durante unos segundos. Podés ayudar a que más personas aprendan a leer"*. Al hacer click en el banner, éste remitirá directamente al sitio de la Fundación. De este modo se generará tráfico al sitio logrando informar acerca de Cimientos.

En el sitio se desarrollará una aplicación para que la gente pueda donar dinero directamente desde ahí.



WEB

Se desarrollará una aplicación en Facebook para que la persona al adherirse a ésta, cifre el texto de su propio perfil.

Los amigos que visiten este perfil verán todo el contenido con caracteres incoherentes.

Sólo será legible una ventana que indica: "PARA PODER LEER MI PERFIL, ENTRÁ AL PERFIL DE CIMIENTOS Y HACETE FAN".

Al hacerse fan de Cimientos, éste amigo desbloqueará los textos del perfil original. La frase original será reemplazada por: *"Para seguir sumando personas que puedan leer, entrá en www.cimientos.org e informate cómo hacer una donación."*

Esto generará tráfico al perfil de Cimientos, donde la gente se podrá informar más acerca de qué es y qué hace la fundación, contribuyendo al objetivo de awareness.



Para iniciar el interés en la aplicación, se utilizará publicidad en Facebook que muestre un aviso sólo con símbolos iguales a los que aparecerán en los diarios y revistas. Esto generará curiosidad e incentivará a los usuarios a que clickeen.





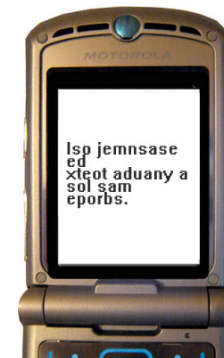
MOBILE

MOBILE & BLUETOOTH

Mediante Bluetooth instalados en refugios y chupetes especiales en la vía pública, se enviará un mensaje de texto a todos los usuarios que lo tengan encendido. Este invitará a mandar mensajes de texto gratuitos desde un sitio mobile. Al entrar al sitio e intentar utilizar la aplicación, el texto que uno pone sobre el mensaje, se convierte en un jeroglífico de las mismas características de los que se ven en diarios, revistas, etc. Cuando uno empieza a escribir, se despliega un mensaje que dice "Las personas analfabetas pasan por esto todos los días, mandá un mensaje de texto con la palabra "Cimientos" al xxxx y doná el costo de tu mensaje".

El portal WAP se desarrollará desde la propia telefónica, con quien tendremos un convenio de canjes por PNT en el cortometraje *(Explicado a continuación)*.

Todo lo recaudado será propiedad de la Fundación.





ACCIÓN DE PR

Durante algunas horas de la madrugada, las letras de los nombres de calles, autopistas, shoppings, supermercados, estaciones de tren y Subtes y entidades públicas, serán intercambiadas entre sí para que éste pierda sentido. Esto se hará durante la misma madrugada de la acción que se realizará en los medios gráficos. Serán que aparecerán, durante el mismo día, en diarios y revistas.

Cada uno de los elementos intervenidos tendrá una referencia a Cimientos y una frase armada AdHoc. Por ejemplo, para los carteles en las calles se utilizará "Quienes no saben leer siempre se sienten perdidos. Colaborá para que una persona más, sepa donde está". Para los shoppings se utilizará "Quienes saben leer van a poder entender qué es lo que les querés comunicar. Colaborá para que una persona más, entienda lo que le querés decir"

La acción será prensada mediante gacetillas y por los medios que levanten la acción como noticia. Será impactante y por lo tanto derivará atención hacia la fundación.

Esta acción, junto a la de los medios gráficos y la Web, será llamada "El día que Buenos Aires faltó a la escuela".





AMPLIFICACIÓN DE LA ACCIÓN TV

Cortometraje

Se armará un corto en el que se muestre una historia de una ciudad que amaneció sin poder leer. Comenzará mostrando cómo amanece la Cap. Fed. el día que sus habitantes no pudieron leer. De este modo vamos a retratar un paralelismo entre este día y la vida de una persona que vive esto todos los días y cómo se podría haber evitado si hubieran ido al colegio. Se invitará a participar a un director reconocido y a actores famosos que estén interesados en colaborar con la causa.

Se realizará un convenio con un canal de televisión que también será un socio estratégico, para que financie el desarrollo del film. Éste contará con los derechos de emitirlo de forma exclusiva posterior al estreno, generando aún más awareness de la Fundación.

Evento: Avant Premiere del Corto

Se hará un convenio que tendremos como socio estratégico con un cine, que organizará el estreno de la película.

Al evento estarán invitadas celebrities y personalidades que ocuparán un sector VIP en la sala.

El resto de las entradas serán vendidas a beneficencia de la fundación.

Nuevamente, generaremos prensa gratuita del evento

Consecuencias

Esta resultará ser la Fundación "De Moda", de la que todos los celebrities son parte y de la que todos quieren formar parte.

Las empresas se verán tentadas a participar de este gran fenómeno confiando en que, no sólo están siendo socialmente responsables, sino que al ser asociados con la fundación que está de moda, podrán simpatizar mucho más con su target





VP CONTÍNUA

Para generar cobertura y despertar la inquietud acerca de Cimientos, se armará un circuito de papel. Se pondrán mapas del estilo de los que indican "Usted está Aquí", pero esta frase tendrá las letras cambiadas de lugar. Lo mismo sucederá con los nombres de las calles que estarán sobre el mapa escritas. Se trabajará AdHoc para las locaciones donde se ubiquen estos circuitos. Al pie del afiche, se podrá leer *"Todavía hay personas que no saben leer y siempre están perdidas, colaborá para que una persona más sepa dónde está"*.

Se tomarán grandes formatos con la misma modalidad para generar impacto.





VP KIOSCOS DE DONACIÓN

Se armarán máquinas expendedoras que entreguen letras del alfabeto a cambio de una donación.

Al dorso de cada letra del alfabeto, se podrá ver qué es lo que se hará con el dinero que donaron. Con esto buscaremos que la gente tenga un lugar y una forma mucho más simple para donar.

Estas máquinas estarán amuradas al piso para que no sean robadas ni vandalizadas. Se vaciarán una vez por día por agentes de seguridad.

Paralelamente habrá, sobre la Av. 9 de Julio una pantalla gigante que mostrará una frase con las letras desordenadas. Cada letra que sea “comprada” desde las expendedoras, será una letra que se ordena sobre esta pantalla gigante instantáneamente. Una vez que se compren todas, o en el período de un mes se podrá ver la frase final completa.

De esta manera queremos simplificar el proceso, y tangibilizar la donación.





MKT DTO PARA EMPRESAS

Se hará un envío, a los principales directivos de algunas empresas que consistirá en una lapicera de apariencia muy valiosa como regalo. Cuando ellos intenten escribir notarán que la punta de la lapicera está cortada y se verán impedidos a hacer esto. En misma caja de la lapicera, encontrarán un papel que indica las instrucciones de uso:

“ESTA LAPICERA ES PARA QUE OTRA PERSONA PUEDA ESCRIBIR.
INSTRUCCIONES DE USO

- 1) Ponerse en contacto con Cimientos
- 2) Hacer una donación
- 3) Enviar un chico a la escuela para que él también pueda escribir.”



Además el dorso de las instrucciones tendrá la información de contacto de Cimientos. Este envío se hará a empresas comprometidas con las causas sociales y que suelen apadrinar escuelas. El envío se hará durante la misma semana en la que se está interviniendo en los diarios y revistas.

TIMELINE

8/09

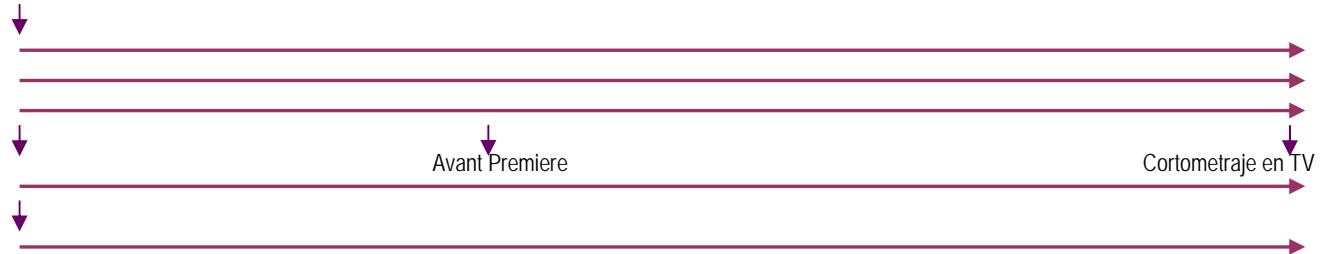
23/09

30/09



Inicio de campaña: Día de la Alfabetización

- Tapa Falsa en los principales diarios y revistas
- Portales en Internet
- Redes Sociales
- Acción Mobile
- Comienza acción de PR
- VP tradicional
- Acción de Mkt Dto.
- Kioscos de Donación



	Acción	Día/Periodo
Diarios	Tapa Falsa	08-Sep
Revistas	Tapa Falsa	08-Sep
Portales Web	Portada Falsa	08/09 - 30/09
Redes Sociales	Facebook	08/09 - 30/09
Mobile	Desarrollo SMS	08/09 - 30/09
VP	Intervención nombres de las calles	08-Sep
Evento	Avant Premiere	23-Sep
TV	Cortometraje	30-Sep
VP	Circuito Papel	08/09 - 30/09
Mkt. Dto	Lapiceras	08-Sep



! UMHCAS RGCAIS ;