



## Objetivo

Crear una experiencia a los universitarios alrededor de la marca, posicionándola e impulsando lo mejor del sabor de Telepizza.

## Estrategia

Los estudiantes universitarios les encantan los retos, sentirse que si pueden lograr lo que sea cuando quieran, por eso queremos poner a prueba lo que dicen...

# ¿Qué harías por una pizza?

UNA PROMOCIÓN NO APTA PARA ESTUDIANTES QUE SUFRAN DE VERGÜENZA AGUDA Y GLOSOFOBIA.



## La idea

Quisimos hacer una activación en donde los estudiantes más berracos salen a flote, la mecánica trata de oprimir el botón en nuestro tótem, este le dará un papel con un reto, si nuestro participante tiene las agallas y lo hace ganará un pedazo de pizza; pero si no lo hace, posiblemente quedará recordado por toda la carrera y se perderá una deliciosa rebanada de pizza.

## Interacción

Cuando juntamos un concepto juvenil, una mecánica divertida y un premio delicioso, los resultados hablarán por sí solos.



## Resultados

Nuestra exitosa campaña nos arrojó estos números

- Activaciones: 10
- Bonos repartidos: 1.500
- Efectividad en redención: 90%

## Gracias

