Complemento testimonial

PRESENTACIÓN PREMIOS EIKON

Por un® país sin Hambre
Bancos de Alimentos ARGENTINA

ESTRATEGIA

PREMIOS EIKΩN

Una estrategia por platos de comida.

NUEVA MARCA

La nueva marca tenía que funcionar como un llamador de atención no solo para concientizar a la sociedad sobre esta triste realidad sino para visibilizar el trabajo de los Bancos de Alimentos como modelo sustentable para la generación de platos de comida.

Tenía que funcionar como nueva bandera que se levanta como símbolo de la lucha contra el hambre.

Con lo cual, los ejes del brief para la construcción de la nueva identidad fueron: simplicidad, generar atención, referenciar a la alimentación con un plato y/o cuchara y connotar magnitud nacional para mostrar la fuerza de los Bancos de Alimentos trabajando en red.

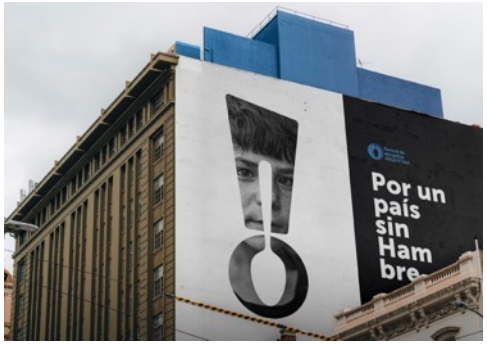
ISO

LOGO ORIGINAL

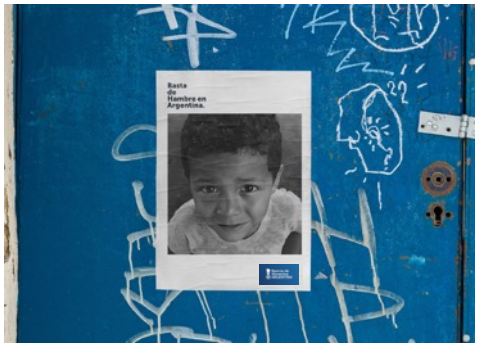
VERSION REDUCIDA

DESARROLLO DE IDENTIDAD

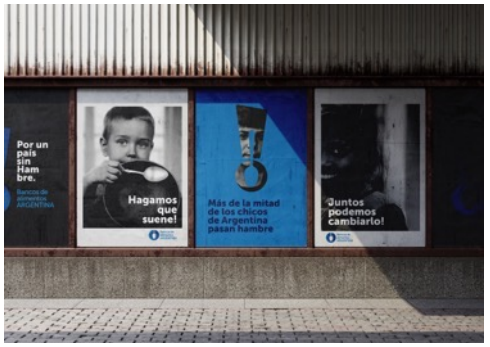
La gran variabilidad de aplicaciones de la marca hizo priorizar que la simpleza en el diseño sea lo primordial para poder producir la mayor cantidad de tonos de mensajes posibles:



MUCHO PRESUPUESTO



POCO PRESUPUESTO



VIA PUBLICA

ACCIONES PROMOCIONALES

ALIADOS

INSTITUCIONALES

BANCOS DE ALIMENTOS

INDUMENTARIA

ETAPA 1 - SOMOS PARTE

PREMIOS EIKΩN

Los Bancos de Alimentos se presentan como parte de un movimiento mas grande.

ETAPA 1 - SOMOS PARTE

PREMIOS EIKΩN

Datos positivos le dieron el tono a todos los contenidos de campaña.

ETAPA 2 - HAGAMOS QUE SUENE

PREMIOS EIKΩN

Así dábamos a conocer la nueva visión de la organización.

ETAPA 2 - HAGAMOS QUE SUENE

Siempre que datos que demuestren los logros de los Bancos de Alimentos en conjunto.

#HagamosQueSuene

www.redbda.org.ar

ETAPA 3 - YO ME SUMO

PREMIOS EIKΩN

Así visibilizamos el aporte de los aliados.

ETAPA 4 - SUMA TU PLATO

Etapa de recaudación masiva.

MATERIAL GRAFICO Y AUDIOVISUAL

PREMIOS EIKΩN

LOS BANCOS EN CONJUNTO

LOS BANCOS EN PARTICULAR

#HagamosQueSuene

DATOS POSITIVOS

ALIADOS

COLECTA

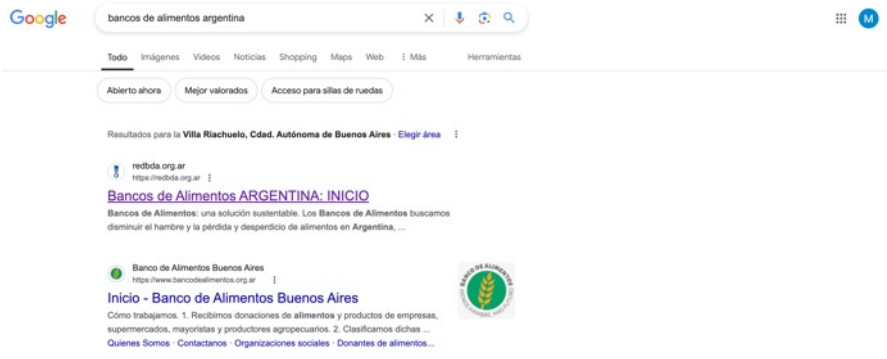
VIDEOS CON LA MUSICA CON SONIDOS DE LOS PROPIOS BANCOS DE ALIMENTOS PARA HACER QUE SUENE SU TRABAJO

VIDEOS EMOTIVOS PARA SENSIBILIZAR A LA AUDIENCIA Y COMPROMETERLOS CON LA CAUSA

VIA PUBLICA, RELACIONAMIENTO y WEB

PREMIOS EIKΩN

Se rediseño la pagina web para dar a conocer el trabajo de los Bancos y para brindar información clara sobre la organización destacando las maneras de sumarse a este modelo sustentable de generación de platos de comida fue unos de los grandes desafíos. Otros no tan complejos fue la vía pública y las tareas de relacionamiento con otras organizaciones del sector. También logramos el primer puesto en google.!!



MEDIOS

PREMIOS EIKΩN

Los medios fueron abordados desde una gestión orgánica de prensa basada en los dos datos mas alarmantes: 6 de cada 10 chicos pasan hambre en algún momento del día y el 45 % de la producción de frutas y verduras van a parar a la basura.

Para reforzar la difusión de la campaña, se realizaron varios PNTs cuyo principal objetivo era hablar sobre el modelo de Bancos de Alimentos (Peña del Morfi en Telefe, Escuela de Cocina en Canal 9, etc.).

EMPRESAS Y ORGANIZACIONES ALIADAS

PREMIOS EIKΩN

Buscamos empresas aliadas a la organización para que nos acompañen en la campaña.

Adjuntamos a las principales ya que tuvimos otras como Mercado Libre, Pedidos Ya y Modo que pusieron en sus sitios el botón DONAR para recaudar fondos y otras como
Film Suez que nos dieron sus cines para difundir la causa.

REDES SOCIALES

PREMIOS EIKΩN

En redes sociales se fueron destacando los números positivos de la organización en su conjunto para ser coherente con el espíritu de la campaña.

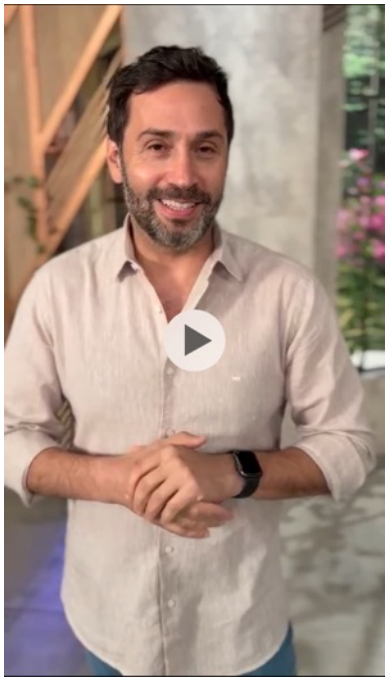
También se generaron contenidos educativos respecto de la tarea de los Bancos de Alimentos y se generaron alianzas con las empresas para aumentar la visibilidad de los mismos.

INFLUENCERS

PREMIOS EIKΩN

Diferentes referentes nos acompañaron desde sus perfiles en redes sociales para sumarse a la campaña.

La intención fue que nos ayuden a traccionar la visibilidad del perfil de Bancos de Alimentos ARGENTINA, mientras transcurría la pauta en META pidiendo colaboración



20 AÑOS DE HISTORIA EN UN TONO POSITIVO