



USEFUL BRANDS



JUST
~~HIGH-SPEED~~
SOLUTIONS



EN UN CONTEXTO DONDE...

- No sabemos qué pasará mañana, no hay patrones que nos ayuden a predecir
- Se hace evidente para uno mismo y para todos el peso de nuestras decisiones anteriores: ¿ahorré? ¿estoy con la pareja correcta?
- Estamos esperando la vuelta a la normalidad, pero esto es un **tatuaje** que llevará a un **New normal**



JUST
~~HIGH-SPEED~~
SOLUTIONS



LA NORMA ES LA
VULNERABILIDAD

Donde dicha debilidad despierta **posturas** defensivas ante las marcas y compañías que quieren aprovechar el momentum



JUST
~~HIGH-SPEED~~
SOLUTIONS





8 ACTION KEYS

MANTENTE AL MARGEN:

Si no tienes nada que decir que **solucione, construya o contenga** emocionalmente.

AUDIO Y VIDEO TIENEN QUE HACER MATCH:

No puedes mostrar un mensaje muy emocional y estar reduciendo la plantilla al mismo tiempo. Tendrás que priorizar.

CREEMOS COMPROMISO:

En el trabajo, frente a la enfermedad, fomentando la fortaleza de la salud física y mental de todos, en toda la cadena de valor.

ES MOMENTO DE REESTABLECER

RELACIONES, las marcas hoy son ese respaldo que en muchos países los gobiernos e instituciones no lo son

GENERA COMUNIDAD:

Una comunidad preocupada porque todos tomemos medidas de corresponsabilidad para luchar contra este enemigo invisible, el virus.

ECUALIZA TU TONE & MANNER:

Hablando con cercanía, de tú a tú, de persona a persona, para fomentar el sentido de comunidad, pero distanciado de un tono sobre-emocionalizado que podría generar suspicacias en un público experimentando, gran incertidumbre y mucho miedo sobre qué pasará las próximas semanas.

INTEGRA MARCA EMPLEADORA Y MARCA COMERCIAL: la una sin la otra no tendrá sentido

PUT PEOPLE FIRST: tú, el consumidor, el ciudadano, el cliente, son lo mismo, amárrate de lo que tú estás sintiendo también





8 NIVELES DE IMPLICACIÓN DENMARCA

BURGER KING	COMUNICACIÓN + ACCIÓN	EVERYMAN	Estoy contigo, sufro igual que tú y sé que todos tenemos que sacrificar algo en esta situación para salir adelante.
GRUPO MODELO		MAKING AVAILABLE THE AVAILABLE	Adapto y transformo mis herramientas y espacios de trabajo para generar productos/servicios que ayuden a enfrentar la crisis a toda la sociedad
BBVA	ACCIONES CON IMPACTO	I'M WITH YOU	Utilizo las herramientas que tengo a la mano para generar apoyo a mi comunidad más cercana y evitar que la situación empeore
PORNHUB		SPIRIT UPLIFTER	Pongo a disposición del público en general mis plataformas para ofrecer una vía de escape para toda la población (democratización). Foco en entretenimiento y despejar la mente.
BBVA	COMUNICACIÓN CON SENTIDO	GIVING, DONATING, SUPPORTING ALL	Apoyo a la causa directamente con donaciones monetarias o en especie
BIMBO		SPEAKER FOR THE CAUSE	Utilizo mis medios de comunicación para potenciar tips, información y consejos, incluso cuando la información no tiene nada que ver con mi marca
CINEPOLIS		CREATIVE CONVERSATIONS	Genero comunicación con base a la contingencia social, aportando valor agregado, sumando al menos contención
BEST BUY		MAKE IT VISIBLE	Pongo a la vista los productos que tengo que creo son necesarios para afrontar la crisis de hoy





C U A N T O S M Á S

NIVELES

Toquemos, mejor parados saldremos para el después
Destacando valores de marca

SIN EMBARGO:

**No olvides el punto de vista de tu
esencia, es lo que te diferenciará de
los demás** cuando todos hagamos
antibacterial (LVMH, Modelo, L'òreal).

JUST
WON-SPEED
SOLUTIONS



HOY MÁS QUE NUNCA...

ES MOMENTO DE REPENSARLO TODO PARA NO
VOLVER Y COMENZAR DESDE CERO

JUST
~~HIGH-SPEED~~
SOLUTIONS





ALGUNOS
EJEMPLOS



JUST
~~HIGH SPEED~~
SOLUTIONS



POSTURA:

MAKE IT VISIBLE

MAIN ACTIONS

Ponen a la vista sus productos que van en línea con la crisis, que siempre han estado ahí y hoy son necesarias más que nunca.

VALUE

Empatía
Solidaridad



Necesarios hoy más que nunca

I M P A C T : Bajo, no siempre se vive como apoyo





POSTURA:

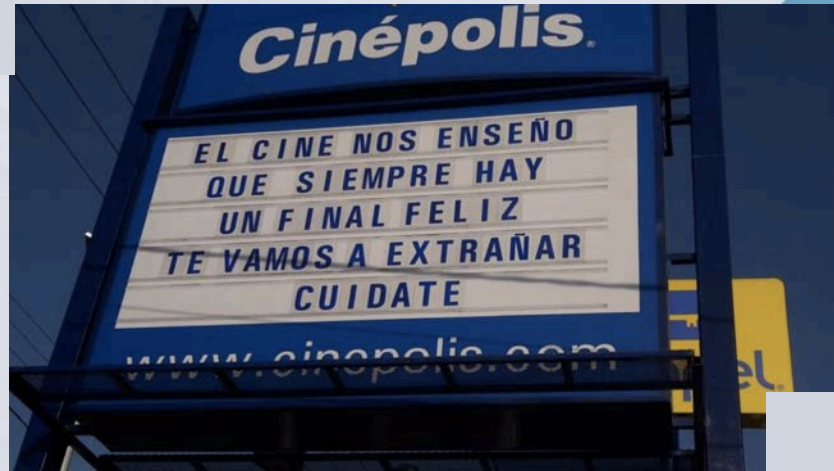
CREATIVE CONVERSATIONS

MAIN ACTIONS

Publicidad creativa en redes sociales, on streets con mensajes poderosos y emocionales, más humanizados. Por ejemplo, apuestan cambiar sus logos positivamente para promover el social distancing

VALUE

Motivación
Creatividad
Nostalgia



Cierra sus puertas con un gran mensaje a su público

IMPACT: Medio, a pesar de ser nostálgico y emocional, ya que sólo se queda a nivel comunicativo





P O S T U R A :

SPEAKER FOR THE CAUSE

MAIN ACTIONS

Volvemos a la marca un portador de información y tips de cuidado frente al COVID-19, brindando recomendaciones que ya se volvieron básicos

VALUE

Compartir
Apoyo



Amplifica el mensaje

I M P A C T : medio, se queda un poco corta al no estar combinada con una acción



POSTURA :

GIVING, DONATING, SUPPORTING ALL

MAIN ACTIONS

Ponen a la vista sus productos que van en línea con la crisis

VALUE

Empatía
Solidaridad



Donativo para contrarestar la situación y apoyar en la búsqueda de una solución

IMPACT : ALTO, principalmente en hospitales, doctores, enfermeras y afectados



P O S T U R A :

SPIRIT LIFTER**MAIN ACTIONS**

Sacando al público herramientas de entretenimiento desde niños hasta adultos como cursos online. Se democratizan productos y servicios que antes eran de paga

VALUE

Motivación
Creatividad

**Membresía premium gratis**

I M P A C T : ALTO, pone sus servicios a la orden en la contingencia. De esta manera aporta a y a la vez, logra promocionar



POSTURA :

I'M WITH YOU

MAIN ACTIONS

Participando activamente para beneficiar a la sociedad en general durante la cuarentena. Todo esto a partir de un servicio gratuito y poniendo al alcance productos y otras necesidades

VALUE

Empatía
Solidaridad

The screenshot shows the BBVA website header with navigation links for 'PERSONAS' and 'EMPRESAS Y GOBIERNO', and a 'Hazte cliente' button. The main content area features a dark blue background with the text: 'Es momento de apoyarnos. Si tienes un crédito y necesitas ayuda, tenemos planes para ti.' Below this text is a teal button labeled 'Conocer más'.

Congelan intereses y pagos de créditos además de ofrecer créditos a PYMES

IMPACT : ALTO, una acción dirigida a apoyar en momentos que sabemos que es difícil para todos





POSTURA:

MAKING THE AVAILABLE THE AVAILABLE

MAIN ACTIONS

Las marcas transforman y modifican la cadena de producción aprovechando sus propios recursos. También se ponen al servicio espacios disponibles propios de la marca

VALUE

Empatía
Solidaridad
Compartir



Entrega a IMSS gel antibacterial elaborado a partir del alcohol proveniente de la fermentación de cervezas

IMPACT: ALTO, poner sus recursos al servicio de la comunidad





POSTURA :

EVERYMAN

MAIN ACTIONS

Las marcas hablan desde la cercanía y el tú a tú, se muestran vulnerables igual que los humanos y demuestran que están dispuestos a sacrificar algo para que nos podemos estabilizar.

VALUE

Empatía
Humanización



**Sacrifica las ventas de su producto estrella, para
fomentar el no salir de casa**

IMPACT : ALTO, da ejemplo de sacrificio y se pone a nivel del consumidor



USEFUL BRANDS

POSTURA :

EVERYMAN

MAIN ACTIONS

Las marcas hablan desde la cercanía y el tú a tú, se muestran vulnerables igual que los humanos y demuestran que están dispuestos a sacrificar algo para que nos podemos estabilizar.

VALUE

Empatía
Humanización

Dicen que la materia prima de un banco es el dinero.

Pone en el centro su producto y da acciones que ayudan

IMPACT : ALTO, da ejemplo de sacrificio y se pone a nivel del consumidor



USEFUL BRANDS

JUST
~~HIGH-SPEED~~
SOLUTIONS