

Idea 04: "Silencio en el Ruido"

Concepto Central

Anti-saturación. Mientras todas las marcas gritan, Pilsen hace silencio. Diseño minimalista, mensaje simple, máximo impacto.

Insight Clave

"El consumidor ignora el contenido de las marcas porque su atención está en las ofertas"

Ejecución

Pieza Navidad

Visual:

- Fondo completamente blanco o negro
- Solo una Pilsen en el centro
- Mínimo texto

Copy (opción 1):

"."

Copy (opción 2):

"Feliz Navidad."

(Sin más. Solo eso.)

Pieza Año Nuevo

Visual:

- Fondo minimalista

- Pilsen
- Números 2025 sutiles

Copy:

"2025."

Sub-copy pequeño:

"Todo lo que necesitás saber."

Tono

Minimalista, confiado, anti-ruido

Por Qué Funciona

- Radicalmente diferente del ruido
- Demuestra confianza de marca líder
- Memorable por ser lo opuesto
- Pilsen no necesita gritar - es #1

Potencial Viral

Alto (por ser disruptivo) o Bajo (por ser demasiado simple)

KPIs Esperados

- Virality: Media (puede ser muy disruptivo)
- Reach: Medio
- Engagement: Medio (genera conversación "¿por qué tan simple?")

Riesgos

- Puede ser demasiado minimalista
- Requiere confianza total en la marca

■■ Puede no conectar emocionalmente

Posibles Variantes

- "Menos es más" campaign
- Serie de mensajes ultra-cortos
- Contraste con versión saturada vs versión Pilsen