

**SUBWAY**





# BRIEF JOVENES TALENTOS



# 01 Contexto

Subway es una marca global reconocida por sándwiches frescos y personalizables. Su ingreso reciente en Paraguay abre una excelente oportunidad creativa porque aún hay mucho por comunicar: tanto la oferta del "sub perfecto" ya armado ("Subway Series") como el postre escondido que muchos aún no asocian: las cookies.



# 02

## Público objetivo



Jóvenes entre 18 y 30 años, urbanos,  
curiosos, que buscan sabor y  
conveniencia.

Les gusta probar cosas nuevas, pero  
muchas veces eligen por impulso o por  
moda.

Necesitan que una marca los guíe con  
confianza, humor y actitud.



03

## Tono de comunicación

01. Fresco, sabroso y directo.
02. Visualmente impactante, con protagonismo del producto.
03. Con personalidad, pero sin artificios.
04. Subway puede ser divertida, optimista y natural a la vez.
05. Una marca que no necesita gritar para abrir el apetito.





# 04 Desafío

La gente conoce Subway, pero todavía no lo entiende del todo.

Algunos piensan que el sabor depende de la suerte, cuando en realidad depende de las combinaciones que eligen.

Otros no saben que, además de sándwiches, Subway tiene cookies irresistibles.

**El desafío es lograr que más personas descubran y elijan Subway con confianza y deseo: que dejen de dudar, que pidan con nombre, que prueben lo que no conocen y que se sorprendan con todo lo que la marca ofrece.**



# 05 Brief completo

Desarrollar una campaña de print (mínimo 3 piezas) que posicione a Subway como el producto principal dentro de la categoría de fast food, destacando sus atributos diferenciales: frescura, sabor y calidad visible.

La campaña debe tener una idea creativa central, con la fuerza suficiente para adaptarse a otros formatos (outdoor, digital, punto de venta, etc.).

**Puede estar enfocada solo en los sándwiches o también incluir las cookies como complemento o eje paralelo.**



**06**

**One line brief**



**Queremos una campaña que haga ver, oler y casi saborear a Subway. Una idea simple, fresca y visualmente irresistible.**

**07**

**Qué buscamos?**

01. Una idea conceptual sólida, simple y visualmente atractiva.
02. Una ejecución que despierte hambre, deseo o curiosidad.
03. Que refleje la frescura y autenticidad de los productos Subway.
04. Que pueda leerse en una pieza pero también expandirse a toda una campaña.
05. Que funcione en print, OOH y digital, manteniendo consistencia y claridad.



# Manual de marca

**Link de descarga**

