

MARCA SIN EGOISMO



bobby boucher @TreatTheFeet · Sep 4

FVCK U NIKE THIS IS FOR SUPPORTING A MAN THAT DISRESPECTS OUR MEN IN BLUE #JustDolt #JustBurnIt



75 35 169



Jingo_jinx @phil_nkhi · Sep 5

Replying to @TreatTheFeet

#Justdoit Nike for Life



1 3



“Me siento como
princesa de Wakanda”
Serena Williams.
Roland Garros 2018.

A full-page background image of Serena Williams in a purple catsuit and tutu, holding a tennis racket and celebrating. The image is darkened to allow text to be visible.

COMMENTARY

AUG 30



The president of the French Tennis Federation insulted Serena Williams' catsuit, so she wore a tutu



Rachelle Hampton, Contributor



Serena Williams Hits Tennis Court In Tutu Amid Catsuit Ban And People Love It



virgilabloh

US Open Tennis Championships

...



TRENDING



Donald Trump Asked 'What Was Nike Thinking?' And Got Savaged In Reply



The Phone Call To The New York Times That Sarah Huckabee Sanders Will Absolutely Hate



Fox News Analyst Goes Off-Script: Trump Lacks 'The Temperament' To Be President



Several People Behind Trump Were Removed, Replaced During Rally In Montana



Ryan Reynolds Honors Burt Reynolds In The Funniest Way



De tener un propósito.
Rol significativo le llamamos en McCann.

Debe ser coherente con la creencia de los segmentos mas importantes,

Nos debe permitir liderar las #conversaciones

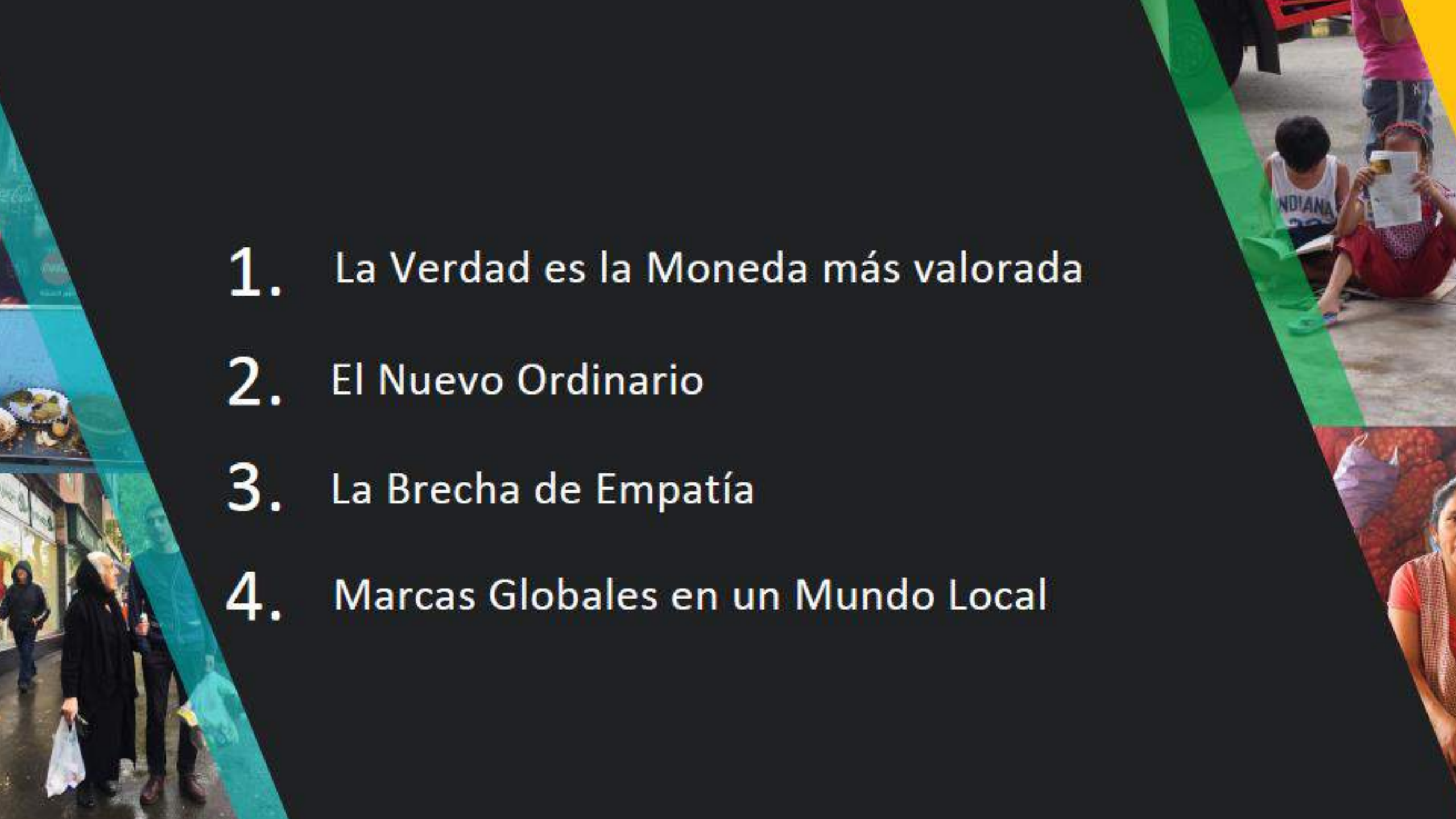
TRUTH ABOUT
GLOBAL BRANDS 2
powered by the streets

McCANN
WORLDGROUP

Navegar de manera exitosa este período de corrección es vital para las marcas.



1. La Verdad es la Moneda más valorada
2. El Nuevo Ordinario
3. La Brecha de Empatía
4. Marcas Globales en un Mundo Local





INSTITUCIONES



MEDIOS



POLÍTICA



PLATAFORMAS

75%

de las personas en Chile creen que las instituciones globales como el Banco Mundial y las Naciones Unidas no comprenden las necesidades de su país.

Vs. 72% global.



INSTITUCIONES



MEDIOS



POLÍTICA



PLATAFORMAS

67%

de las personas en Chile creen que los políticos son menos veraces que hace 20 años.

Vs. 58% global.

Los chilenos creen en que es más importante
poner la verdad antes que otros factores en
todas
las situaciones.

72%

2015

Vs. 61% global



85%

2018

Vs. 72% global

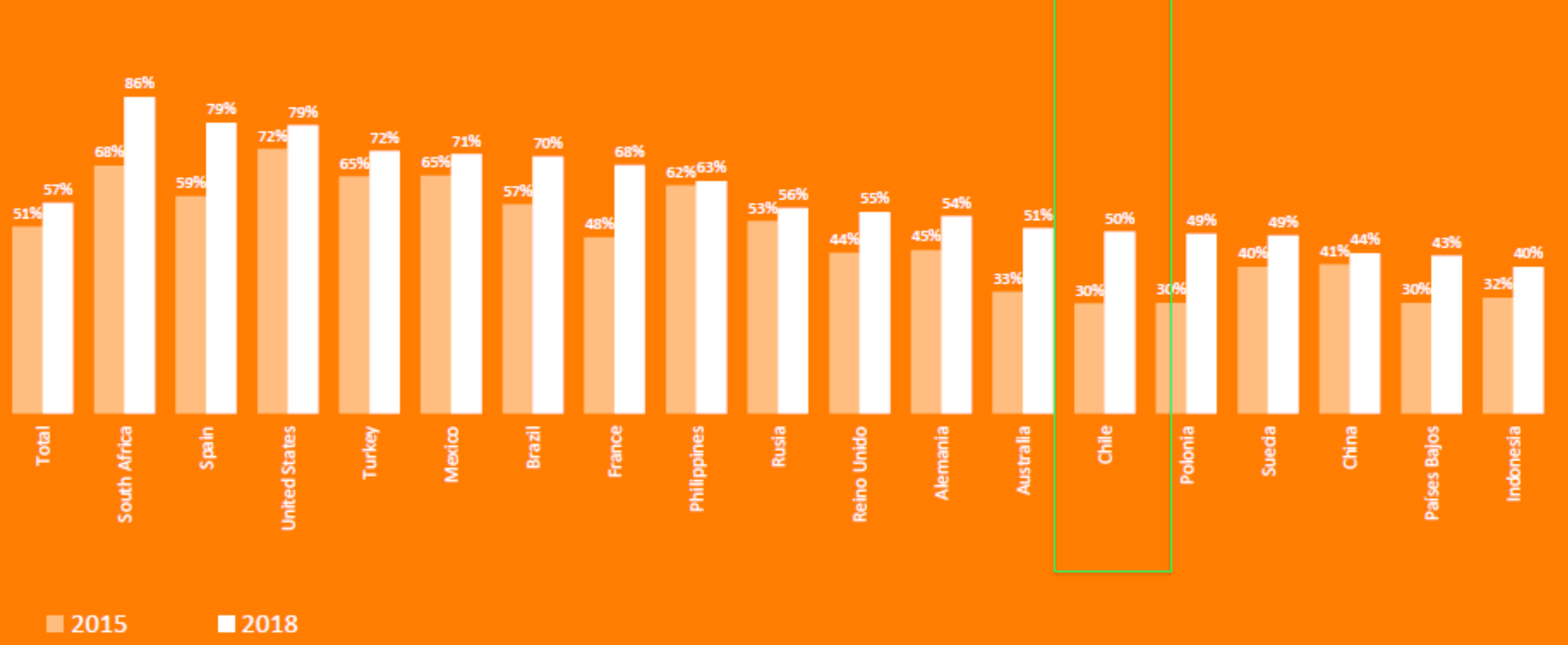


Las marcas deben tener una comprensión profunda de las personas y su cultura para jugar un rol más amplio.



FUNCIONA
PARA CHILE?
FUNCIONA *PARA* LOS
CHILENOS DEL
SEGMENTO Y?

Mi país está en un estado de conflicto.





El nuevo ordinario
es diversidad.

La Diversidad
es profunda

RAZA

COEXISTENCIA DE IDEAS

BALANCE DE PERSPECTIVAS
POLÍTICAS

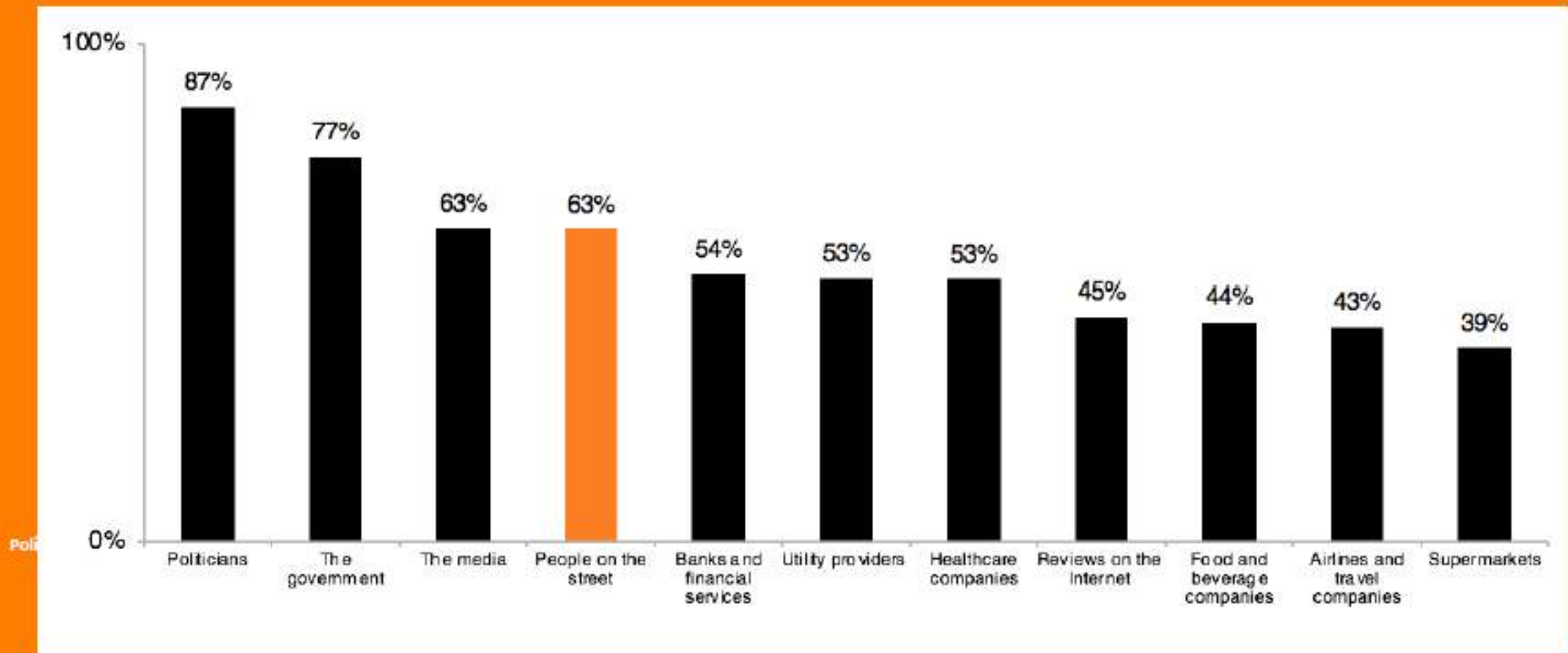
HARMONÍA DE MÚLTIPLES
ETNIAS & TRIBUS

RELIGIÓN

ORÍGENES HISTÓRICOS

Algunas personas no confían en sus conciudadanos

¿Cuánta confianza tienes en cada uno de los siguientes? [Neto de No confío mucho / en absoluto]



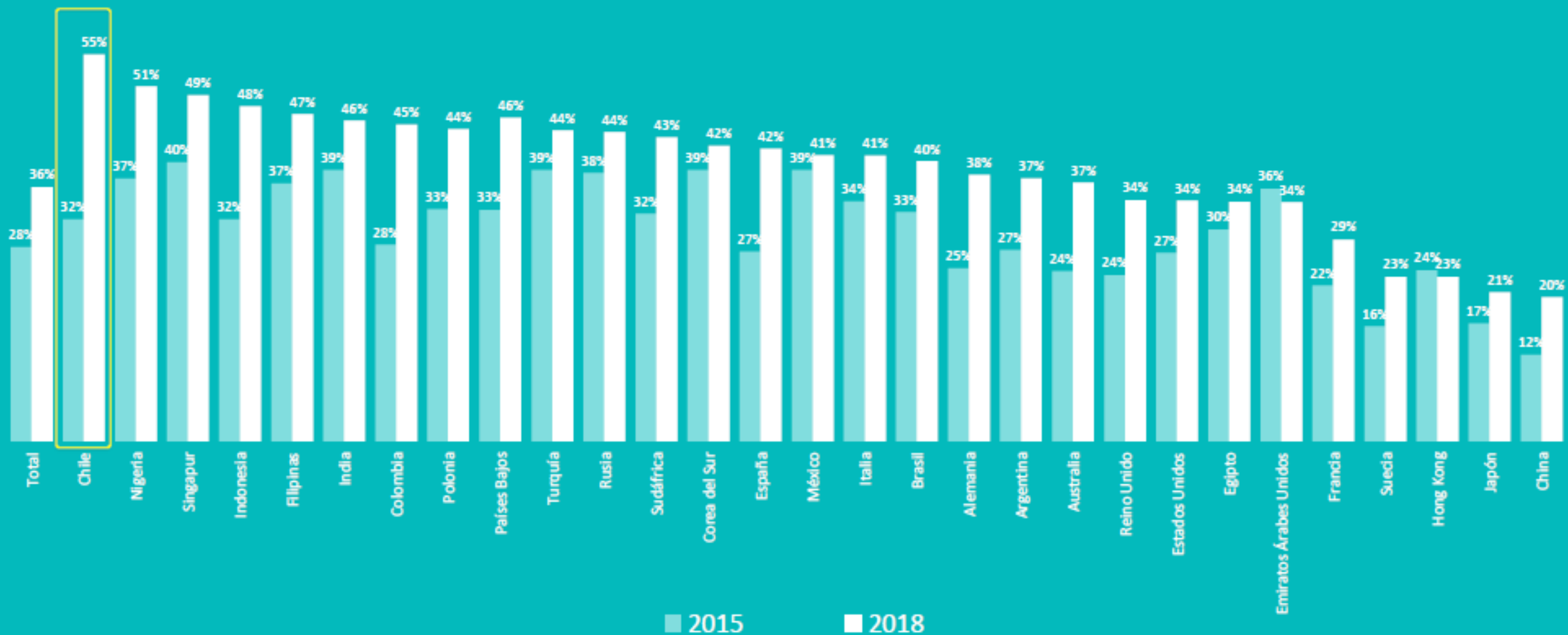


La intolerancia está en aumento.

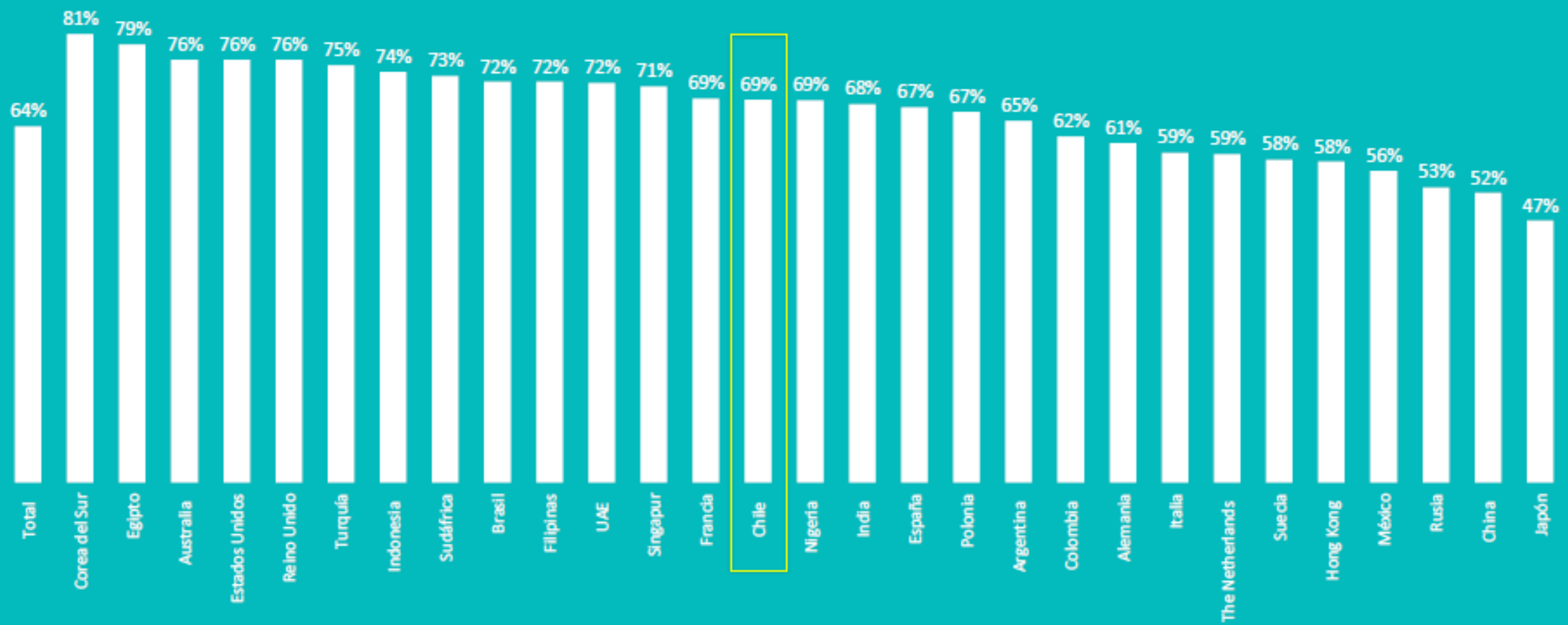


¿Cuáles consideras que son las mayores desventajas de la globalización para las personas en tu país?

Aumento de los niveles de intolerancia hacia diferentes formas de vida.



Mi hogar es mi santuario, porque el mundo se siente como un lugar más aterrador.



En que país la gente dice más
veces te quiero a la semana?

Chile

Francia

Italia

Brasil



En que país la gente dice más
veces te quiero a la semana?

Chile

Francia

Italia

Brasil



La gente busca
humanidad en un
mundo cada vez más
inhumano y el chileno
lo está buscando aún
más



PROPÓSITOS DE MARCAS

Difundir risa, alegría y felicidad.

Recordar a las familias pasar tiempo de calidad juntos

Alentar a las personas a adoptar estilos de vida saludables.

Alentar a las personas a ser amables unos con otros.

Reunir a las personas ayudando a eliminar prejuicios y estereotipos.

PROPÓSITOS DE GOBIERNOS

Reducir el crimen.

Promover una mejor educación y acceso a la educación.

Luchar contra el aumento del extremismo y el terrorismo promoviendo mensajes de unidad.

Ayudar a las personas más pobres en tiempos de necesidad.

Educar a las personas cuando se trata de racismo.

Ayudar a las mujeres a lograr un pago equitativo.



Movimientos Globales



72%

de los chilenos prefieren
una marca que le habla a
todos frente a una marca
que me habla
personalmente.

70% Global.

ÍNDICE DE IMPACTO GLOBAL



38%

Hacer del mundo un lugar mejor

37%

Hacer mi país y mi
comunidad un lugar mejor

25%

Hacer mejor mi vida

MARCA SIN EGOISMO

Basado en

TRUTH ABOUT
GLOBAL BRANDS 2
powered by the streets

McCANN
WORLDGROUP